FRANCISCO RÜDIGER

THEODOR ADORNO E A CRÍTICA À INDÚSTRIA CULTURAL

comunicação e teoria crítica da sociedade

3ª Edição
Revista e Atualizada

EDIPUCRS

Nestes tempos sombrios, marcados por análises fragmentadas e fragmentadoras, em que se proclama a explosão das velhas totalidades - das velhas narrativas, para se usar o jargão atual - eis um ensaio que retoma a boa tradição dialética sem concessões à flacidez intelectual vigente. E com um traço de ousadia: recupera como categoria de análise a noção de indústria cultural.

Seguindo sugestão de Habermas, o autor assume, com plena consciência dos riscos, a tarefa de reconstruir as proposições críticas que se inscrevem naquela categoria, ainda que soterradas sob o peso de leituras parciais equivocadas.

Com o propósito de retomar o sentido original, crítico e dialético do conceito, Francisco Rüdiger realiza ampla e cuidadosa leitura da Teoria Crítica. O autor centra sua análise em Adorno, considerado fora de moda, apocalíptico e nostálgico da alta cultura burguesa, segundo os ideólogos do neopopulismo de mercado e os defensores do relativismo valorativo no plano cultural.

Questão essencial: a indústria cultural não se confunde com as empresas produtoras e nem com as técnicas de difusão dos bens culturais, dizendo respeito, antes de tudo, à extensão das relações mercantis ao conjunto da vida social, nas condições de crescente monopolização do capital. Hoje se vive o estágio final de um processo em que, segundo Adorno, o mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da máquina publicitária que se tornou a indústria cultural, desaparecendo a diferença entre cultura e vida prática.

Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural

Comunicação e teoria crítica da sociedade

Francisco Rüdiger

Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural

Comunicação e teoria crítica da sociedade

Coleção Comunicação – 19

3ª Edição
REVISTA E ATUALIZADA

Porto Alegre, 2004

Capa: Samir Machado de Machado
Preparação de originais: Eurico Saldanha de Lemos
Editoração e composição: Suliani Editografia
Revisão de normas: Anaí Zubik Camargo de Souza
Revisão: do autor
Impressão e acabamento: Gráfica EPECÊ
Coleção Comunicação – vol. 19
Coordenador da coleção: Francisco Menezes Martins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R916t Rüdiger, Francisco
Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade / Francisco Rüdiger. – 3. ed. rev. e atual. – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
288 p. – (Coleção Comunicação ; 19)

A primeira e segunda edição foram publicadas com o título: Comunicação e teoria crítica da sociedade: fundamentos da crítica à indústria cultural em Adorno.
ISBN 85-7430-480-8

1. Comunicação de Massa – Aspectos Culturais. 2. Indústria Cultural. 3. Adorno, Theodor W. – Crítica e Interpretação. 4. Cultura e Mídia. 5. Cultura e Sociologia. I. Título. II. Título: Comunicação e teoria crítica da sociedade: fundamentos da crítica à indústria cultural em Adorno. III. Série.

CDD 301.16
301.2

Ficha Catalográfica elaborada pelo
Setor de Processamento Técnico da BC-PUCRS

EDIPUCRS
Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 33
Caixa Postal 1429
90619-900 – Porto Alegre – RS
Brasil
Fone/fax: (51) 3320.3523
E-mail: edipucrs@pucrs.br
www.pucrs.br.edipucrs

Sumário

Prefácio à 3ª edição

Comunicação e teoria crítica da sociedade aparecia nas edições anteriores como título principal desta obra. Convertendo a expressão em subtítulo do volume, busca-se agora ajustar sua chamada e conteúdo. Afinal, o texto assume plenamente, nesta edição, a condição ambígua de não ser, em essência, nem reconstituição histórica, nem relato crítico da reflexão adorniana sobre a indústria cultural.

Baseando-se nos escritos desse autor, o trabalho procede, como já dito, ao que se poderia chamar de reconstrução epistêmica e reflexiva do seu espólio. Importante no texto é a premissa ou hipótese de que o reordenamento dessa reflexão é capaz de nos fornecer uma fundamentação historicamente esclarecida e potencialmente produtiva com que, cremos, pode-se fazer avançar o pensamento no campo dos chamados estudos de mídia e cultura.

Caberá ao leitor julgar o mérito dos resultados obtidos, consciente de que não se trata aqui de uma simples restauração, ortodoxa ou não, do legado desse pensador frankfurtiano. Para nós, a crítica à indústria cultural não tem por que ser menos dialética do que a crítica cultural com que podíamos analisar as obras de arte, quer isso tenha ou não sido admitido por Adorno.

A *fisiognomia sociológica* ou crítica social da cultura que se encontra nessa última linha de análise, a da crítica da cultura, também se aplica, em princípio, ao campo da produção cultural para as massas. O entendimento apriorístico das operações do capitalismo em relação às atividades culturais não precisa ser visto como uma fatalidade para a crítica da indústria cultural. A autonomia relativa da crítica social da cultura não a isola dessa última crítica, porque – agora – é essa – a crítica à indústria cultural – que ocupa o lugar em que antes atuava a crítica cultural, fosse reacionária ou progressista.

Destarte, apresenta-se a crítica à indústria cultural aqui em conexão com a reflexão crítica sobre o racionalismo moderno e com as propostas fundamentadoras de uma ciência social crítica. Deseja-se pensar que é válido vê-la como uma espécie de reinterpretação pós-moderna da velha crítica cultural em chave de teoria crítica da sociedade. Sobre isso tudo, pode-se consultar, de resto, nosso trabalho *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação* (2002).

Continuam inéditos, ainda hoje, vários textos de interesse para a discussão levada a cabo nestas páginas. Sobretudo o conjunto, há muito em vias de publicação, intitulado *Current of music: elements of a radio theory* (Adorno, 1938-1944, org. de Robert Hullot-Kentor).

Levando isso em conta, pode-se afirmar que tanto a crítica à indústria cultural quanto a ciência social crítica que ela fundamenta conservam um interesse que, passando pelas pesquisas que essas disciplinas podem orientar, incide também no que diz respeito ao aprofundamento historiográfico mas, também, reconstrutivo de suas proposições filosóficas.

As alterações no texto feitas nesta edição limitam-se a acrescentar referências bibliográficas, a corrigir erros gramaticais, a mover parágrafos e a melhorar o estilo de certas passagens.

Francisco Rüdiger
30/06/2004

Apresentação

Em 1969, Adorno fazia notar que "tiveram de se passar trinta anos para que a teoria crítica da indústria cultural se afirmasse; [e] ainda hoje numerosas instâncias e agências tentam sufocá-la, por prejudicar os negócios".[1]

O panorama atual não só mudou pouco como revela a consolidação do recuo em relação à aceitação dessa teoria no pensamento publicístico contemporâneo. A reflexão crítica perdeu terreno diante do discurso entusiasta, quer em relação ao progresso técnico, quer em relação ao bom senso das massas.

> A própria crítica à utopia mergulhou hoje no arsenal ideológico, enquanto, ao mesmo tempo, o triunfo da técnica serve para encenar que a utopia, irreconciliável com as atuais relações de produção, já estaria realizada e concretizada no âmbito dessas relações.[2]

Chegada a era pós-moderna – vislumbrada pelos velhos frankfurtianos, como se vê pela nota acima, a crítica à indústria da cultura parece ter sido jogada às traças pela maior parte dos praticantes dos estudos culturais e pesquisadores da comunicação.

Nas palavras de Lowenthal, sobrevivente do grupo original, a relativização dos valores e o niilismo moral chegaram a tal ponto que seus formadores tornaram-se "alvo de manobras que visam a colocá-los na posição de completos reacionários, apenas porque mantiveram firmemente a idéia de arte autônoma e criticam a cultura de massa."[3]

---

[1] ADORNO, T. *Scritti sociologici*. Turim: Einaudi, 1976, p. 287. Doravante, a coletânea será citada no corpo do texto, entre parênteses, como *Escritos*.

[2] ADORNO, T. *Sociologia* (Org. de G. Cohn). São Paulo: Ática, 1986, p. 69. Doravante, a coletânea será citada, no corpo do texto, como *Sociologia*.

[3] LOWENTHAL, L. *An unmastered past*. Berkeley (CA): The University of California Press, 1987, p. 253.

A tendência agora é legitimar a cultura de massa e saudar o advento da sociedade de comunicação. O recurso à teoria crítica soa como um anacronismo ou expediente elitista, carregado de esquematismo e visão estreita, promovido por modernistas nostálgicos, saudosos da suposta cultura autêntica gestada nos primórdios da era burguesa.

Acusada de não ter legitimidade e provir de um horizonte fora de moda, a crítica à indústria cultural tornou-se para muitos denuncismo rancoroso e espécie de discurso depressivo, metodologicamente desprovido dos meios para compreender as benesses da técnica e as contradições da sociedade, a cultura no plural e as mediações na comunicação.

> Adorno e Horkheimer raciocinaram como se a indústria cultural de massa instalasse para todo o sempre uma coletividade monolítica, destituída de raciocínio crítico e uniformizada pelos mesmos gostos. Parecia que haviam chegado ao fim de todas as transformações sociais. Não levaram em consideração o constante devir das diferenciações internas da sociedade, em relação às quais o progresso tecnológico age também como um fator de variações.[4]

Destarte, considera-se hoje que "seu tempo passou. Ainda que possuísse algo relevante a dizer, nós teríamos meios melhores de fazê-lo. Persistir com o enfoque da Escola de Frankfurt significa [portanto] ficar preso a um enfoque que é ao mesmo tempo estreito e ultrapassado".[5]

A perspectiva do presente ensaio é distinta, insere-se em uma direção contrária, ao propor-se a fazer uma revisão menos sumária e mais positiva, em comparação com as usuais, da crítica à indústria cultural proposta pela referida escola. O principal motivo que nos impulsiona é romper o consenso esboçado acima; não porque há esse consenso, mas pelo fato do mesmo ser falso, manter-se através de clichês e simplificações.

Parafraseando Adorno, revisar as proposições originárias da crítica à indústria cultural significa aqui uma tentativa de fazer

---

[4] PUTERMAN, P. *Indústria cultural: agonia de um conceito*. São Paulo: Perspectiva, 1994, p. 21-22.

[5] STRINATI, D. *An introduction to the theories of popular culture*. Londres: Routledge, 1995, p. 52. Cf. Jim Collins: *Uncommon cultures – popular culture and postmodernism*. Londres: Routledge, 1987.

ver ao leitor o que, segundo nosso juízo, subjaz à rejeição de suas teses ou, pelo menos, um esforço no sentido de colocar à disposição desse outros elementos para examinar as postulações do filósofo e, assim, a talvez formar um juízo menos mecânico sobre a natureza e os problemas dos quais a referida crítica se ocupa já há mais de meio século.

Nos anos 1970, Umberto Eco difundiu entre nós uma distinção entre teóricos apocalípticos e integrados que, válida como resumo de uma trama urdida de maneira muito mais complexa, todavia terminou se tornando um código de contato e um esquema de realidade entre os pesquisadores da comunicação. Nela, os pensadores frankfurtianos foram classificados como apocalípticos e a compreensão de seu pensamento passou a ser dada como encerrada com a leitura rasteira de um ou dois textos (geralmente o "Resumo d'a indústria cultural" [Adorno] e *A ideologia da sociedade industrial* [Marcuse]).

Os frankfurtianos várias vezes fizeram afirmações grosseiras e taxativas sobre o significado das comunicações na sociedade, como, por exemplo, as de que "o entretenimento popular responde em realidade a uma necessidade criada artificialmente pela indústria cultural, manipulada e por conseguinte depravada por ela";[6] de que "os produtos da cultura de massa carecem de todos os traços da genuína arte, limitando-se a reproduzir a realidade através do uso de instrumentos tomados de empréstimo";[7] ou, enfim, de que o sistema da indústria cultural como um todo massifica e "impede a formação de indivíduos autônomos e independentes, capazes de julgar e de decidir por si mesmos".[8]

A colaboração e incentivo que idéias como essas deram ao entendimento mecanicista – defendido dentro e fora do meio intelectual, de que a mídia exerce um poder direto sobre o pensamento e a ação dos seres humanos não devem ser subestimados.

---

6 HORKHEIMER, M. *Teoria crítica*. Barcelona: Barral, 1974, p. 134.

7 LOWENTHAL, L. *Literature and mass culture*. New Brunswick (NJ): Transaction, 1984, p. 7.

8 ADORNO, T. *The Culture Industry* (Edit. por J. Bernstein). Londres: Routledge, 1991, p. 92. Doravante, a coletânea será citada, no corpo do texto, como *Indústria*. Sobre o problema do jazz em Adorno, epicentro das réplicas aos seus juízos sobre a arte leve, existe há anos ampla literatura, cujos motivos não têm perdido interesse em se discutir, ao que parece. Cf. Christian Béthune: *Adorno et le jazz*. Paris: Klincksieck, 2003.

Entretanto, não justificam a aceitação acrítica de que o conjunto de sua obra sobre a matéria baseia-se em supersimplificações, "especialmente a ênfase na maneira como a cultura de massa *manipula* seus consumidores".[9]

O pensamento crítico não está menos imune à reificação do que qualquer outra expressão da vida social. No correr dos anos, vários juízos seus passaram a fazer parte da consciência coletiva como ideologia. As críticas à indústria cultural tornaram-se em boa parte fórmulas ocas para contestar um ou outro emprego das comunicações. As proposições condenatórias do fenômeno que elas ensejaram assim, embora portadoras de certa razão,[10] são tão falsas e irracionais quanto a miserável louvação populista da cultura de massa:[11] os conceitos críticos só o são quando eles mesmos não se absolutizam, levando em conta o que realmente designam e até onde se estende seu âmbito de validade.

A recepção desses conceitos por muitos estudiosos da matéria todavia também não escapa desse processo, na medida em que, tomando a crítica à indústria cultural pelo valor de face, costuma proceder, malgrado sua própria vontade, a uma leitura linear, logocêntrica mesmo, de um conjunto de idéias que não só remete a um contexto teórico mais amplo mas, seguindo o impulso desse pano de fundo, pede para ser lido pelas margens e com espírito negativo.[12]

---

[9] MODLESKI, T. (org.). *Studies in entertainment*. Bloomington (IN): Indiana Univ. Press, 1986, p. x.

[10] A crença vigente hoje de que nenhuma idéia veiculada pela mídia coincide com a convicção privada de quem fala, sempre há uma segunda intenção ou propósito escondido, baseia-se sem dúvida no conhecimento – amplamente difundido – do fato de que as comunicações passam por um processo de concentração e as empresas que as controlam detêm formidável poder na sociedade.

[11] Adorno chegou a afirmar durante sua polêmica com os estudantes no final dos anos 1960 que os conceitos por eles empregados, visto o cunho populista, deviam mais à indústria da cultura do que à sua teoria crítica.

[12] Cf. THEODOR ADORNO: *Dialéctica negativa* [1966]. Madri: Taurus, 1975. Simon Jarvis: *Adorno: a critical introduction*. Nova York: Routledge, 1998. Francesca Ajello: *Conoscenza e immaginazione nel pensiero di Theodor W. Adorno*. Roma: Carocci, 2001. Márcio Seligmann-Silva: *Adorno*. São Paulo: Publifolha, 2003. De Bruno Heinlein: *Massenkultur in der Kritichen Theorie* (Erlangen: Palm & Enke, 1985) a Rodrigo Duarte: *Teoria crítica da indústria cultural* (Belo Horizonte: UFMG, 2003) não faltam exegeses que, embora cuidadosas, limitam-se a repetir cantilena monótona sobre os perigos da indústria cultural para a sociedade. Reavaliação de conjunto do pensamento do autor em relação ao tema aqui estudado tem seu ponto de partida no ensaio de Andreas Huyssen: "Adorno in reverse" (In: *After the great divide* – Blooming-

Diante da impressão duradoura que, percebeu, o ensaio sobre a indústria cultural estava causando em seus leitores, Adorno escreveu a Horkheimer dizendo que ambos deviam "providenciar na elaboração de uma teoria social realmente concisa e integradora de todo o complexo".[13] Contudo, o trabalho jamais saiu de sua intenção, em que pese o volume de material inédito reunido pelo pensador, hoje ainda em processo de publicação por Suhrkamp Verlag (Frankfurt).

Apesar disso, parece-nos injustificado o tratamento que a obra disponível sobre a matéria tem merecido por parte dos especialistas em comunicação. O pretendido simplismo da crítica à indústria cultural se transmitiu a seus adversários, responsáveis pela criação de uma familiaridade enganosa a respeito da matéria, a qual, aliás, nunca se deram o trabalho de analisar mais a fundo, nem que fosse para demarcar sua linha de investigação. Os estereótipos que a referida crítica ajudou a nutrir não são piores dos que surgiram a seu respeito e levaram o coro de seus criadores a caracterizar os frankfurtianos com proposições que estes – paradoxalmente – dirigiram a seus adversários.

Segundo esses autores, os pensadores do grupo, por exemplo:

– defendem a cultura erudita com uma postura nostálgica e idealista, silenciando sobre a oposição manifestada pelo grupo frankfurtiano à cantilena dos críticos culturais, desconhecedores do fato de que "a exaltação da cultura em detrimento da cultura de massa e do consumo diligente dos bens culturais como prova

---

ton (IN), Indiana University Press, 1986). Confira, sobretudo, Deborah Cook: *The culture industry revisited*. Lanham (ML): Rowman & Littlefield, 1996. Wolfgang Rivero: *Modernidad y industria cultural*. México [DF]: Plaza y Valdez, 1999. Blanca Muñoz: *Theodor Adorno: teoria critica e cultura de masas*. Madri: Fundamentos, 2000. Dieter Prokop: *Mit Adorno gegen Adorno – Negative Dialetik der Kulturindustrie*. Berlim: VSA, 2002. Robert Witkin: *Adorno on popular culture*. Londres: Routledge, 2003. Heinz Steinert: *Culture industry*. Cambridge (UK): Polity Press, 2003 (nessa obra encontram-se importantes observações metodológicas, p. 39-60, esp. 39-46).

[13] WIGGERSHAUS, Rolf. *The Frankfurt School*. Cambridge (MA): MIT Press, 1995, p. 402.

de uma vida psíquica elevada está inseparavelmente conectada à decadência da civilização";[14]

– conceberam uma visão monolítica do processo cultural na sociedade moderna, esquecendo que os frankfurtianos alertaram contra os pensadores que, ao "invés de antagonismos, enxergam nela alguma coisa como uma razão técnica total e intrinsecamente não-contraditória";[15]

– enfim, rejeitam totalmente a cultura de massa, quando os expoentes da teoria crítica chegaram a dizer que as expressões dessa cultura, mal ou bem, ajudaram a tornar valores como liberdade, beleza e felicidade tão concretos e universais que eles se prenderam à vida de todo o ser humano e, assim, poderiam até mesmo "levar a novas formas de individualização".[16]

Os pontos sugerem que o enfoque em tela é bem menos simples do que parece e que para dar conta dele em sua inteireza é preciso, antes de mais nada, retomar os textos em seu conjunto, construir uma amostra documental mais abrangente e submeter o material a uma análise menos preconcebida. A crítica à indústria cultural não se esgota na rigidez das proposições negativas porque, no método dialético, a contradição é tão essencial quanto a identidade para conhecer e interagir com a realidade.

> O conhecimento da coisificação da sociedade não deveria coisificar-se tanto que se torne impossível pensar qualquer idéia que saia do âmbito da coisificação: neste caso se cairia no pensamento mecanicista.[17]

Adorno não surge nestas páginas como nome de santo, mas senha de uma forma de pensar o chamado campo da comunica-

---

[14] HORKHEIMER, M. *Studi di filosofia della società*. Turim: Einaudi, 1982, p. 222. Para Adorno, as prédicas em favor da arte eram já, considerando a data de hoje, reacionárias há um século (Música e técnica hoy. In: Kosta Axelos et al. *El arte en la sociedad industrial*. Buenos Aires: Alvarez, 1973, p. 149).

[15] ADORNO, T. *Prisms* [1955]. Cambridge (MA): MIT Press, 1969, p. 114. Doravante, o livro será citado, no corpo do texto, como *Prismas*.

[16] MARCUSE, H. Some social implications of modern technology. In: *Studies in Philosophy and social science*, v. 9 (414-439) 1941, p. 436-438.

[17] ADORNO, T. *Introducción a la sociología* [1973]. Barcelona: Gedisa, 1996, p. 199. "A filosofia sempre remete a tendências e não consiste em afirmações factuais", escreve o filósofo em *Metaphysics: concepts and problems* (Stanford [CA]: Stanford University Press, 2000, p. 110).

ção. Como ele mesmo dizia, a filosofia crítica é tal à revelia dos que a reclamam. Também esses, muitas vezes, vêem-se forçados a fazer coisas, a empreender tarefas e a tomar decisões "que não se conciliam com o conceito de filosofia que eu [por exemplo] represento nem com minha teoria [crítica da sociedade]".[18]

A sustentação de uma postura crítica e o reconhecimento de certas linhas de força não negam, antes supõem, a natureza contraditória, ambígua e, em princípio, aberta à mudança dos fenômenos de indústria cultural. A manipulação das massas e a plenitude mundial, promovidas por seu intermédio, constituem ideologia, na medida em que são aparência socialmente necessária. A estabilidade das condições históricas é algo sempre muito relativo, mas por isso mesmo "sempre há a possibilidade de que uma catástrofe radical no curso de nossa vida seja evitada".[19]

Significa que os processos referidos não são ficções – existem fora da cabeça das pessoas, mas ao mesmo tempo são falsos, porque realmente não são criados só por esse agenciamento (o da indústria cultural). As massas só se encaixam nesse processo porque, mal ou bem, ele conta com seu consentimento. A prática da indústria cultural não tem o poder que lhe apregoam: em síntese, é essa a principal mensagem da crítica a essa indústria feita pela Escola de Frankfurt.

Segundo Habermas, um programa de pesquisa teórico pode ser ***restaurado***, retornando-se às proposições fundamentais que o emprego sistemático por parte seus seguidores corroeu; ***revivido***, fazendo-o sair da poeira do tempo, que o votou ao esquecimento; ou ***reconstruído***, "remontando a teoria de modo novo, a fim de melhor atingir a meta que ela própria se fixou".[20]

A crítica à indústria cultural precisa passar por um tratamento em que intervenham esses três expedientes, visto que, embora

---

[18] ADORNO, T. *Terminología filosófica*. Madri: Taurus, 1976, tomo 1, p. 146-147. Cf. Stefan Müller-Doohm: *Adorno, une biographie*. Paris: Gallimard, 2004, p. 183-184 (com notas), sobre os fiascos do autor nos casos da proibição do jazz pelos nazistas, da justificativa da sua política autoritária de radiodifusão e do elogio aos poemas folclóricos de Baldur Von Schirach. Ver ainda Lorenz Jager: *Adorno, a political biography*. New Haven (CO): Yale University Press, 2004.

[19] Carta a Thomas Mann, 13/04/1952. *Il metodo del montaggio*. Milão: Archinto, 2003, p. 70.

[20] HABERMAS, J. *Para a reconstrução do materialismo histórico*. São Paulo: Brasiliense, 1983, p. 11.

possa progredir em diversos aspectos, suas idéias originais conservam um potencial de estímulo à pesquisa e reflexão bastante crítico, rico e complexo que, segundo nos parece, ainda pode ser recuperado e explorado com proveito pelo pensamento publicístico crítico contemporâneo.

Umberto Eco relata conversa com Adorno em que esse confidenciou-lhe que "se a *Dialética do Esclarecimento* não tivesse sido escrita nos Estados Unidos dos anos 1940 [...] mas na Alemanha do pós-guerra, e se sua análise considerasse a televisão nesse país, seus juízos seriam menos pessimistas e radicais".[21] Como ele mesmo escreveu a Thomas Mann, a experiência mostrou-lhe "que nem tudo havia caído na barbárie". Vários fatos o fizeram abandonar de vista "inclusive a tese da extinção da cultura".[22]

Quaisquer que sejam os pronunciamentos pessoais sobre o assunto, porém, o ponto a notar é que proposições teóricas não se deixam reduzir em sua validade a juízos pessoais. Lembremos, de resto, que os frankfurtianos escreveram sobre a matéria com a convicção de que nenhuma circunstância externa tornaria suas concepções ultrapassadas, dentro de determinado horizonte histórico, porque, segundo eles, "a ênfase do que estavam fazendo não descansava no material efêmero, mas em uma teoria da sociedade".[23]

A vinculação de suas análises ao que se denomina hoje de regime fordista, embora correta do ponto de vista histórico, não significa que elas tenham perdido validade de princípio, considerando que a substituição desse regime por novas matrizes de estruturação do ser social não cancela, antes expõe, de modo ainda

[21] UMBERTO ECO apud Jostein Grisprud: *The Dinasty years*. Londres: Routledge, 1995, p. 7. "A atmosfera cheia de dignidade humana e, sobretudo, a completa liberdade de expressão e o andamento sem coação de tempo da discussão permitiram com que aparecesse uma espécie de espontaneidade, uma alternância entre os momentos de tensão e relaxamento como jamais se encontra na televisão", reportou o filósofo sobre experiência sua com o veículo em 1968 (cf. Stefan Müller-Doohm: *Adorno, une biographie*, p. 367).

[22] Carta a Thomas Mann, 1 dez. 1952. *Il metodo del montaggio*, op. cit., p. 89.

[23] THEODOR ADORNO apud Leo Lowenthal: *Critical theory and Frankfurt Theorists*. New Brunswick (NJ): Transaction, 1989, p. 145. Cf. Robert Witkin: *Adorno on popular culture*, op. cit., p. 3.

mais claro, o processo de conversão da cultura em mercadoria que constitui o cerne da reflexão em juízo nestas páginas.

Axel Honneth por certo tem razão ao dizer que qualquer tentativa de reordenamento "dessa teoria terá de partir das constatações críticas que têm sido feitas nos últimos anos. Somente com uma percepção de todas as suas deficiências se pode hoje continuar a tradição teórica oriunda de Horkheimer".[24]

A reconstrução com intenção sistemática da crítica à indústria cultural que se ensaia nestas páginas não passa o ponto pelo alto, considerando-o em cada um de seus procedimentos. A premissa em que se assenta é a de que "essa teoria ainda é relevante para tratar dos problemas contemporâneos, desde que suas propostas sejam encaradas seriamente e aplicadas às nossas circunstâncias históricas".[25] A leitura, todavia, não visa evidenciar seus prejuízos ou expor suas tensões, assumindo uma ótica filológica. Procura, antes revelar a maneira como e até onde o método crítico e dialético que embasa a referida crítica leva em conta esses aspectos problemáticos.

Partindo do princípio de que o texto que a veicula, embora redigido em distintos momentos, forma uma s ó constelação (aporética) de idéias, procura-se, em suma, explicá-la melhor do que o fizeram seus próprios criadores, através de um exame mais amplo e profundo de seus temas nucleares e principais proposições doutrinárias.[26]

---

[24] HONNETH, A. Critical Theory. In: Anthony Giddens & John Turner (orgs.). *Social theory today*. Oxford: Polity Press, 1987, p. 348. Cf. Peter Hohendhal: Reading mass culture. In: *Prismatic thought*. Lincoln (NE): University of Nebraska Press, 1995.

[25] STEINERT, H. *Culture Industry*. Cambridge (UK): Polity Press, 2003, p. 5.

[26] O levantamento documental não pretende ser exaustivo, embora procure considerar um número de textos bem maior que o costumeiro. A barreira da língua alemã fixou os limites da amostragem.

1

Premissas da crítica à indústria cultural

O Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt, fundado em 1923, começou a se tornar influente oito anos mais tarde, quando sua direção foi entregue ao filósofo Max Horkheimer. O coletivo reunido à sua volta decidiu, então, elaborar um programa de pesquisa social interdisciplinar, estruturado para servir de base a uma teoria crítica da sociedade. Continuado no plano da reflexão histórico-filosófica durante o exílio de seus membros nos Estados Unidos, o trabalho encetado construiu ao longo dos anos um conjunto de idéias que, no transcurso dos 1960, permitiu que se passasse a falar em uma Escola de Frankfurt.[1]

O desenvolvimento da referida teoria crítica da sociedade, com a qual se liga o pensamento desse grupo, formado por distintas pessoas conforme a época, pode ser dividido em três momentos principais.

O *materialismo interdisciplinar* do primeiro período propôs-se a desenvolver um trabalho de pesquisa e análise dos problemas colocados por uma teoria social fundada na crítica da economia política marxista. Em resumo, tratava-se de uma empresa onde se esperava que pudessem se integrar "de maneira dialética, contínua e fecunda, a teoria filosófica e a prática científica especializada".[2]

---

[1] Cf. ROLF WIGGERHAUS: *The Frankfurt School*. Cambridge (MA): MIT Press, 1995. Martin Jay: *The dialectical imagination*. 2. ed. Berkeley (CA): University of California Press, 1996. David Held: *Introduction to critical theory*. Berkeley (CA): University of California Press, 1980. Douglas Kellner: *Critical Theory, marxism and modernity*. Baltimore (NC): Johns Hopkins Univ. Press, 1989.

[2] HORKHEIMER, M. *Studi di filosofia della società*, p. 37.

Entre 1940/1951 seguiu-lhe um programa de pesquisa de caráter histórico e filosófico, através do qual esses problemas passaram a ser reinterpretados no marco de uma *crítica da razão moderna*. O objeto da crítica torna-se o racionalismo ocidental, desde suas origens primitivas até a época contemporânea.

O terceiro e último momento assiste, enfim, entre outras opções, variáveis conforme o pensador enfocado, à retomada do projeto original, via idéia de uma *ciência social crítica*, cujo ponto de partida remonta ao famoso ensaio *Teoria crítica e teoria tradicional* (Horkheimer, 1937).[3]

A crítica à indústria cultural, conforme a entendemos, constitui um capítulo teórico possível dessa ciência social crítica, embora seus conceitos tenham origem no segundo momento, na análise crítica dos tempos modernos proposta por seus criadores.

Nos anos 1940, Horkheimer e Adorno transladaram os fundamentos da teoria crítica da sociedade desenvolvida do materialismo histórico para uma filosofia crítica da história. O programa original supunha uma unidade entre pesquisa social, análise crítica e ação revolucionária. As transformações no capitalismo e a experiência totalitária levaram os autores a abandonar essa idéia e, em seu lugar, a empreender uma hermenêutica radical da modernidade, em cujo contexto acabaram criando a citada disciplina, devedora sobretudo das idéias de Theodor Adorno.

1.1 Capitalismo e cultura moderna

Horkheimer e Adorno forjaram a expressão *indústria cultural* e a empregaram pela primeira vez no contexto da crítica à razão moderna que propuseram no livro *Dialética do Iluminismo*.[4] A II Guerra estava em curso; não havia mais o Estado Liberal. Na Europa, a barbárie nazista ainda não terminara, e o socialis-

---

[3] Seguimos de perto com a periodização acima – embora não de todo, a proposta por Helmut Dubiel: *Theory and politics*. Cambridge (MA): MIT Press, 1985.

[4] ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento* [1944]. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. Doravante, a obra será citada, no corpo do texto, como *Dialética*. Embora a redação tenha sido ditada em conjunto, o capítulo sobre a indústria cultural foi elaborado sobretudo com base em materiais reunidos por Adorno. Horkheimer usou a expressão pela primeira vez em *Arte moderna e cultura de massa* [1941].

mo consumira-se no sistema totalitário. Resumidamente, assistia-se ao que os autores chamaram de colapso da era moderna. O problema para eles consistia não só em saber os motivos históricos, mas em situar esse momento, de sentido universal, no plano do processo civilizatório.

O diagnóstico que os pensadores elaboraram se tornou clássico: a civilização nos tirou do barbarismo mas, também, o promoveu em novo plano e continua a fazê-lo, em virtude da força repressiva do princípio em que se baseia, a dominação da natureza.

A modernidade coincide, como era, com o progresso do projeto de tornar o homem sujeito e construir uma sociedade capaz de permitir sua realização como indivíduo. Noutros termos, libertá-lo das autoridades míticas e das opressões do tradicionalismo. A realização desse projeto, todavia, revelou-se problemática. O progresso da razão é gerador de um avanço que não pode ser separado da criação de novas sujeições e dependências, responsáveis pelo aparecimento de sintomas regressivos na cultura e de uma silenciosa coisificação da humanidade.

A racionalização instrumental das condições de existência (reificação) é um processo cuja origem remonta aos primórdios da vida social e do emprego de meios técnicos na luta pela sobrevivência. Durante milênios, desenvolveu-se à sombra das narrativas míticas e dos controles comunitários. As circunstâncias históricas que presidiram ao aparecimento do capitalismo também procederam à sua progressiva liberação. Vendo bem, elas encetaram um processo através do qual a racionalidade instrumental, transformada em paradigma, passou a dominar todas as esferas da sociedade. A formidável crise cultural em que nos achamos provém do fato de que, através desse percurso, os valores, anteriormente articulados pelas narrativas míticas, passaram a ser operados de maneira instrumental.

A categoria da indústria cultural é uma expressão desse processo, precipitado pela mudança estrutural da vida moderna que teve lugar na passagem do século XIX para o XX. O capitalismo passara então do estágio da livre iniciativa para o da competição corporativa. Paulatinamente, o Estado tornara-se intervencionista. A categoria reinante na sociedade, por sua vez, não era mais só o mercado; associara-se a ele um poderoso e crescente sistema

técnico-administrativo. A estrutura de classe surgida com a ascensão da burguesia estava abalada, em virtude das mudanças políticas e econômicas: desencadeara-se por toda a parte um processo, ainda não concluído, de massificação. Finalmente, surgira também uma cultura popular industrial de cujos esquemas, pouco a pouco, passou a depender a formação da subjetividade da maioria da população.

No capitalismo avançado, segundo os frankfurtianos, verifica-se, portanto, que cultura e economia perderam sua autonomia relativa, encontram-se cada vez mais fundidas e desenvolvem-se em um só movimento. A explicação materialista dos fatos sociais perdeu a força à medida que as idéias passaram a ser industrializadas. Em virtude disso, a crítica da economia política precisa ser suplementada por uma crítica da indústria cultural. Somente assim poderemos entender devidamente a sociedade contemporânea.

"Horkheimer e Adorno usam o termo *indústria cultural* para referirem-se, de maneira geral, às indústrias interessadas na produção em massa de bens culturais".[5] A proposição exprime o primeiro mal-entendido do qual precisamos nos desvencilhar, se quisermos entender o fenômeno de acordo com a segunda teoria crítica da sociedade.[6] Em essência, a expressão não se refere às empresas produtoras nem às técnicas de difusão dos bens culturais; representa, antes de mais nada, um movimento histórico-universal: a transformação da mercadoria em matriz do modo de vida e, assim, da cultura em mercadoria, conforme ocorrido na baixa modernidade.

---

[5] THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna*. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 135. Aparentemente, Paul Hirsch foi o primeiro a empregar o conceito dessa forma, valendo-se dele para descrever um sistema de produção cultural ("Processing fads and fashions: An organizational analysis of cultural industries system". In: *American journal of sociology* 77 [639-659] 1972). Coube à Escola de Grenoble (Bernard Miége et alli: *Capitalisme et industries culturelles*. Paris: UGE, 1976) consagrar esse uso do termo em chave de crítica à economia política, abrindo caminho, com o dado antes, para seu emprego descritivo por parte dos organismos culturais europeus, a partir do final anos 1970 (Cf. *Les industries culturelles*. Paris: Unesco, 1982; David Hesmondhalgh: *The cultural industries*. Londres: Sage, 2002).

[6] "Marx e Engels conceberam a teoria crítica da sociedade" (ADORNO, T. HORKHEIMER, M. *Sociologica*. Madri: Taurus, 1966, p. 265). Cf. Seyla Benhabib: *Critique, norm and utopia*. New York: Columbia Univ. Press, 1986.

Noutros termos, o conceito de indústria cultural tem a ver com a expansão das relações mercantis pelo conjunto da vida social, em condições de crescente monopolização, verificadas a partir das primeiras décadas do século XX. No princípio, o fenômeno consiste em produzir ou adaptar obras de arte segundo um padrão de gosto bem-sucedido e desenvolver as técnicas para colocá-las no mercado. A colonização pela publicidade, pouco a pouco, o tornou veículo da cultura de consumo: ele assume então um caráter sistêmico. O estágio final chega com sua conversão em mecanismo de mediação estética do conjunto da produção mercantil, momento este em que "o mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural [enquanto máquina de publicidade]" (*Dialética*, p. 118).

Nessa fase, "o caráter comercial da cultura faz com que a diferença entre a cultura e a vida prática desapareça" (*Indústria*, p. 53). A produção estética integra-se à produção mercantil em geral, permitindo o surgimento da idéia de que é possível fazer-se por meio da compra de bens de consumo. O capital se apropria da atividade cultural "como um parque natural de preservação de comportamentos infantis, em meio a uma sociedade que percebeu há muito tempo que só pode ser suportável se conceder aos seus prisioneiros uma quota de controlada felicidade infantil" (*Prismas*, p. 146).

Os conglomerados privados passam a conferir um poder cada vez maior às tecnologias de reprodução e difusão de bens culturais, encaixando-as na estratégia de utilizar plenamente a capacidade de produção de acordo com o princípio "do consumo estético massificado" (*Dialética*, p. 130). Argumenta-se por vezes que o processo de mercantilização da cultura seria em si mesmo distinto daquele verificado com outros bens, não atingindo a cultura em sua substância. A especificidade que os produtos culturais possuiriam proviria do fato de que, em seu caso, a compra visa o conteúdo específico (o texto), e não a coisa (o livro). Por isso, a dependência à marca comercial do produto que o veicula seria, de fato, menos importante do que seu sentido.

Conforme veremos adiante, as proposições da crítica, embora atentas a essa observação, vão em direção contrária a esse entendimento, na medida em que a tendência que molda o fenôme-

no em questão é bem o oposto. A compulsão que o processo da indústria cultural fomenta, ainda que sem o lograr como pretende, é, como em qualquer outra empresa, a de fazer, de um modo ou de outro, o sujeito se tornar cativo da coisa, submetida à imagem da marca, muito mais do que da obra em seu significado puramente artístico e intelectual.

Ninguém deixaria de assistir a um filme ou comprar um disco com seus astros ou motivos preferidos por terem sido produzidos por essa ou aquela empresa; mas por isso mesmo, cada uma delas se esforça por ter o controle exclusivo sobre os artistas mais populares e produzir as obras mais afinadas com o gênero do momento. O marketing de cada uma delas está sempre voltado à elaboração de um pacote de produtos capaz de induzir o consumidor a associar suas preferências às marcas por elas exploradas.

Variam as formas, mas o processo é constante, baseando-se principalmente no aperfeiçoamento e diferenciação do suporte tecnológico (sobretudo na radiodifusão e, doravante, nos meios telemáticos) e no condicionamento publicitário e promocional da mercadoria (sobretudo no caso de bens singulares, como livros e discos: vide as séries, selos e coleções de editoras e gravadoras). O controle das cadeias de exibição e, hoje, de distribuição de filmes, que tiveram no passado os grandes estúdios americanos, também é exemplo de expediente do qual, silenciosamente, procura valer-se a indústria cultural para, via obra, prender o cliente à coisa e suas marcas comerciais.

Acontece, assim, que Batman, por exemplo, é hoje menos um personagem de ficção do que uma linha de produtos, que começa com as histórias em quadrinhos, desenhos animados, brinquedos e filmes, passa pelo uso de suas figuras em lanches rápidos, camisetas, bolas e outros produtos de consumo, e desemboca nas matérias editoriais em jornais e revistas, reportagens ilustradas e músicas populares, além do próprio negócio da publicidade. Na verdade, ocorrem dois processos, como nota a pesquisa crítica atual: Batman serve de motivo central de uma linha de produtos que se desdobra em motivo espiritual de uma série de operações mercadológicas.

O lançamento do filme, apenas para exemplificar, foi cuidadosamente calculado para se ajustar a essas operações e todas as suas demais repercussões. Dentro dessa sinergia é que os consumidores empregam sua sensibilidade cultural, criada e aprendida de nossa posição no contexto socioeconômico, a fim de montar seu próprio Batman.[7]

Em *Toy Story* (John Lasseter, 1995), então, não há mais diferença entre criação ficcional e prática mercadológica: o filme pode ser visto como anúncio de uma nova linha de produtos infantis. Pinóquio serviu de nome para bonecos de madeira, expressão do trabalho artesanal e da era da manufatura. Buzz Lightyear, Woody e os outros brinquedos de matéria plástica que protagonizam o desenho animado citado são, literalmente e desde o início, bens de consumo, criados pelo novo espírito tecnológico.

No jornalismo, a virada se dá com sua integração empresarial ao sistema da indústria cultural e à conversão do público leitor em consumidor de informação sobre atualidades. A formação da opinião passa da condição de processo vivido como idéia e ideologia por intermédio da imprensa à situação de consumo visando orientação prática ou funcional. Conforme escreve Ciro Marcondes Filho, "O jornalismo que se fazia antes era de pequeno porte, com centenas de títulos diferentes, e funcionava como uma espécie de produto informativo num grande mercado de opiniões".

A variedade de opiniões permitia que se agisse sobre o processo político, as pessoas alimentassem boatos e, mal ou bem, se articulasse uma opinião pública. O esclarecimento produzido pela imprensa era na maior parte retórico, porque nem antes nem agora a informação deixou de ser usada com objetivos espúrios. A notícia, em algum grau, porém, impunha-se politicamente e, mais tarde, como instrumento de acesso mais pluralista ao conhecimento sobre o que acontecia à sociedade.

A situação atual do jornalismo tende, ao invés, a projetá-lo como "meio de regulação e integração sistêmica à sociedade".

---

[7] MEEHAN, E. MOSCO, V. WASCO, J. "Rethiking political economy". In: Michael Gurevitch & Mark Levy (orgs.): *Defining Media Studies*. Oxford: Oxford Univ. Press, 1994, p. 347-358, p. 354.

Os processos de formação da opinião não somem de vista, mas retiram-se para os bastidores e já não refletem uma opinião formada. Foram subordinados à publicidade de opiniões ou opinião publicada dos grupos de pressão mais organizados. As decisões editoriais são cada vez mais influenciadas não apenas pelos resultados e análises das pesquisas de mercado, mas pelos conceitos e práticas mercadológicas, a ponto de a habilidade em saber fazer negócios ter se tornado um elemento altamente valorizado neste mercado profissional[8].

Segundo Negt e Kluge, a situação a que se chega desse modo coincide com o estágio da indústria da consciência. O capital invade o processo de construção social do sentido e, assim, submete a própria consciência à lei do valor, pondo fim à distinção entre base e superestrutura. Os consumidores tornam-se parte de um único complexo mercantil, formado pelo conjunto das corporações privadas e meios de comunicação e através do qual se processa e estrutura sua subjetividade e experiência do mundo. As mercadorias se transformam, como imagens, no próprio conteúdo da mídia, passando a constituir um só processo com ela, nos diversos contextos da vida em sociedade.

A produção cultural, noutros termos, deixa de ser sinônimo de criações artísticas e literárias, englobando a partir de então o conjunto da atividade econômica. O movimento da indústria cultural como um todo processa o conceito que os bens de consumo adquirem no mercado. A criatividade social não é suprimida, mas posta na dependência e explorada pelos esquemas mercantis. Por um lado, a capacidade inventiva das pessoas mais e mais se submete às diretrizes desses últimos; por outro, ela se torna objeto de pesquisa por parte de empregados de empresas especializadas em sua exploração mercadológica [9].

Claramente pensado, porque por ele agenciado, o processo foi resumido nos seguintes termos por Henry Ford em 1922:

> Queremos artistas em relações industriais, mestres no método industrial, seja do ponto de vista do produto, seja do ponto de vista

---

[8] MARCONDES, C. *Jornalismo fin-de-siècle*. São Paulo: Scritta, 1993, p. 123-144. Cf. James McMannus: *Market-driven journalism*. Thousand Oaks (CA): Sage, 1994. Leandro Marshall: *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus, 2003.

[9] Cf. DEREK GARTMAN: *Auto opium*. Londres: Routledge, 1994.

do produtor: queremos aqueles que possam modelar as dimensões política, social, industrial e moral das massas em uma totalidade sólida e definida.[10]

Destarte, o conhecimento do mundo se amplia e se difunde por entre todas as classes e em todas as partes do globo, estimulando o desenvolvimento da capacidade de escolha individual. Porém, tanto essa quanto aquele tendem a ficar circunscritos aos territórios colonizados pela forma mercadoria. Em linhas gerais, automóveis, calçados e outros bens, a exemplo de livros, filmes e discos, ensejam seus próprios saberes e começam a ser consumidos como veículos de determinados valores comuns, promovidos publicamente através dos meios de comunicação. Os produtos da indústria passam a ser produzidos e vendidos como bens simbólicos e, pouco a pouco, assumem o caráter de mercadorias culturais tecnológicas.[11]

Na chamada indústria cultural, portanto, "não se deve tomar de maneira literal o termo indústria". A conceituação não depende de sua base tecnológica: refere-se sobretudo ao emprego mercantil dos veículos de comunicação, ao manejo das técnicas de marketing (promoção) e à padronização dos bens artísticos e intelectuais. A cultura não pode ser motivo de indústria.[12] As tecnologias de comunicação, o cinema, o rádio, o vídeo, os cassetes, os programas de computador, etc., considerados como um "conjunto [formador] de [...] experiências entre si relacionadas, e no

[10] HENRY FORD apud Julian Stallabrass: *Gargantua: manufactured mass culture*. Londres: Verso, 1996, p. 224. Em Peter Sloterdijk: *Critical of cynical reason* (Londres: Verso, 1987, p. 434-440), encontram-se comentários sobre a visão de mundo de outra liderança criadora desse novo mundo, Walther Rathenau.

[11] NEGT, O. & KLUGE, A. *Public sphere and experience* [1972]. Minneapolis (MN): Minnesota Univ. Press, 1993, p. 133. Na indústria cultural "não só a propaganda comercial mas, indiretamente, os programas propriamente ditos exercem a função de publicidade" (Theodor Adorno: "Analytical study of NBC Music Hour Appreciation" [1940]. In: *The musical quarterly* 78 [325-377] 1994, p. 363).

[12] Confira a complexa passagem sobre o problema que se encontra em "The schema of mass culture" [1942] (*Indústria*, p. 68-69). Publicado só após a morte do autor, este texto trouxe a público as seções que ficaram fora do material publicado sobre a indústria cultural em *Dialética do Iluminismo*. "Culture and administration" [1960] desenvolve a matéria segundo um ponto de vista mais abrangente (op. cit., p. 93-113).

entanto diferentes por sua técnica e efeitos, constituem [meramente] o clima da indústria da cultura".[13]

Entretanto, incorreríamos em erro, também, reduzindo o terreno do conceito às empresas que produzem e difundem os bens culturais para a sociedade. O fundamental aqui é o processo social que transforma a cultura em bem de consumo. O esquema, e não a coisa. Os empreendimentos culturais e os conglomerados multimídia são um momento do processo, e não a sua totalidade. O capitalismo não se confunde com a soma das indústrias que abastecem o mercado, tratando-se antes de uma relação social, cuja dinâmica condiciona toda a sociedade. A perspectiva é igualmente válida para a indústria cultural. O conceito designa, basicamente, o conjunto de práticas, de produção e consumo, através das quais se expressam as relações sociais que os homens entretêm com a cultura no capitalismo avançado.

Theodor Adorno e Max Horkheimer criaram o termo para fugir das associações ideológicas contidas no termo *cultura de massas*. Queriam contestar a idéia de que esta é uma expressão que surge de maneira espontânea da alma do povo. As mercadorias culturais da indústria, embora adequadas à clientela, distanciam-se dela ao máximo do ponto de vista do processo produtivo e dos interesses que representam.[14] O propósito declarado, todavia, não explica seu conteúdo concreto e seu sentido gnosiológico. Indústria cultural não é um conceito empírico-descritivo. A categoria tem um sentido dialético e, em essência, exprime, sim, o movimento real do capitalismo avançado como um todo, sob o aspecto dos sentimentos, valores e subjetividade encarnados nas pessoas e instituições.

Portanto, no fenômeno em foco, "a preocupação primária não é com as massas, nem com as técnicas de comunicação, mas com o espírito que lhes é insuflado": o fetichismo da mercadoria (*Indústria*, p. 85).

---

[13] ADORNO, T. *Intervenciones* [1963]. Caracas, Monte Ávila, 1976, p. 64. Doravante, a coletânea será citada, no corpo do texto, como *Intervenções*.

[14] ADORNO, T. & EISLER, H. *El cine y la musica* [1944]. Madri, Fundamentos, 1976, p. 78. Segundo Adorno, pertence a ele a autoria de 90% do texto (V. "Editorische Nachbemerkung". In: *Gesammelte Schriften* [v. 15]: Frankfurt: Suhrkamp, 1976). Doravante, a obra será citada, no corpo do texto, como *Cinema*.

Segundo Adorno e Horkheimer, a civilização moderna conduz à subsunção dos processos de feitura dos bens culturais à divisão do trabalho e ao modo de produção capitalista. O progresso material introduziu a cultura no domínio da administração. As exigências econômicas levaram a razão instrumental a tornar-se modelo dominante, expandindo seu campo de ação para todas as áreas da vida social, inclusive a esfera da cultura. O caráter mercantil da arte conduziu a seu preparo com vistas ao mercado.

No princípio, o mercado foi uma condição para que as atividades estéticas obtivessem sua autonomia na sociedade. O desenvolvimento das técnicas de escrita, som e imagem, submetidos ao comando dos monopólios, levou essa autonomia ao extremo; completou a separação da arte da práxis produtiva das pessoas, reduzindo-a a um bem de consumo, à forma do espetáculo.

As expressões artísticas mais puras sempre foram ao mesmo tempo mercadorias: o conceito de obra original, por exemplo, relaciona-se de maneira negativa com a venda de bens similares, que devem fazer crer na sua novidade para atrair os consumidores. No contexto de sua indústria, "o novo não é o caráter mercantil da obra de arte, mas o fato de que hoje, ele se declara deliberadamente como tal, e é o fato de que a arte renega sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente entre os bens de consumo, que lhe confere o encanto da novidade" (*Dialética*, p. 147).

O mercado dos bens culturais, surgido no começo dos tempos modernos, promoveu uma mudança histórica importante, ao possibilitar a circulação e distribuição desse tipo de produção. A situação histórica criada por ele acabou com o exclusivismo dos mecenas e da aristocracia em relação a esses bens. Através de sua mediação, engendraram-se as condições necessárias para o surgimento da criação espiritual autônoma. "O mercado dos bens culturais [contudo] assume novas funções na configuração mais ampla do mercado do lazer [que surge no capitalismo avançado]".[15] Os valores mercantis começam então a transcender o pro-

---

[15] HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública* [1962]. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984, p. 195. Doravante, a obra será citada, no corpo do texto, como *Mudança estrutural*.

cesso de troca, passando a penetrar na substância das obras como um princípio estrutural. "A própria criação delas se orienta, nos setores amplos da cultura de consumo, conforme pontos de vista da estratégia de vendas no mercado" (*Mudança estrutural*, p. 195).

O capitalismo avançado colocou a cultura na dependência da economia e administração, produzindo uma cultura industrial de massas. No período anterior, a formação era mediada pelo valor de troca; agora ela se tornou um aspecto da própria forma mercadoria. A codificação das relações sociais pela lei do valor alcançou o terreno da formação da consciência. O conjunto da vida cultural se encontra dominado pelo valor de troca. Os programas de rádio servem para vender cerveja e, os filmes, no mínimo, para vender fitas de vídeo e sessões de cinema. Conforme declaram os executivos do negócio, os *videoclips* são instrumentos de venda de discos, cuja missão é fazer com que o artista cause boa impressão no mercado. "O videoclip, em si, não é uma arte, mas um meio de promover sua venda", de modo que, nele, não é possível distinguir o que é arte e o que é anúncio.[16]

Em síntese, o significado disso é que "a cultura converteu-se totalmente numa mercadoria, difundida como uma informação, [através de novas tecnologias maquinísticas]" (*Dialética*, p. 184). Durante bom tempo, os programas de rádio e televisão, por exemplo, foram não apenas patrocinados por outras empresas, mas criados por agências de publicidade. Nos anos 1950, as empresas do setor descobriram que podiam gerar maiores receitas passando a controlar a programação. Porém, isso não mudou o sistema. As mercadorias não só continuaram a ser colocadas dentro dos programas, seguindo uma tendência que o cinema e a imprensa já conheciam, mas passaram a ser objeto de novas técnicas de publicidade, evidenciando a interpenetração do conteúdo dos anúncios com o dos programas.

Constata-se, em última instância, pois, que há cada vez menos diferença entre a fruição que se tem ao ouvir uma canção da moda ou ver um filme de sucesso e aquela desencadeada por uma campanha de publicidade. A linguagem da mídia tornou-se, no limite, meio onde tudo é permutável com a retórica mercantil.

---

[16] Cf. SUT JHALLY: *Os códigos da publicidade*. Lisboa: ASA, 1995, p. 128.

Atualmente, publicitários se tornam cineastas, e cineastas se tornam publicitários, sem dramas de consciência. A mercadoria impôs sua forma às obras de arte e, essas obras, converteram-se como um todo em veículos de publicidade. A cultura mercantil adotou os preceitos da arte popular mas, também, da arte de vanguarda do passado. Central para as vanguardas modernistas, a fusão entre arte e vida passou a ser promovida como farsa pela indústria cultural, como viu bem Adorno.

Historicamente, o desenvolvimento da indústria cultural coincide com a formação de grupos econômicos interessados na exploração das atividades culturais e o formidável crescimento do mercado de bens de consumo ocorrido nas primeiras décadas do século XX. A comercialização da cultura vai ao encontro dos interesses do capital ao mesmo tempo em que os capitalistas começam a ter interesse em criar uma nova cultura. A publicidade é o principal motor desse processo, na medida em que tanto lhe serve de estímulo como fornece as técnicas com as quais a indústria da cultura se apresenta à sociedade.

Os empreendimentos jornalísticos foram os primeiros a explorar o mercado dos bens simbólicos como indústrias organizadas. Os primeiros jornais merecedores do conceito "resguardavam para as suas redações aquela espécie de liberdade que era, de um modo geral, característica para a comunicação das pessoas privadas enquanto público [na era burguesa]" (*Mudança estrutural*, p. 215). A possibilidade de tratar o público como clientela e a demanda por veículos de publicidade para expandir os negócios conduziram, porém, à comercialização da imprensa, responsável por sua crescente concentração nas mãos de umas poucas empresas e conglomerados.

Acontece, então, de as matérias redacionais de relevância pública, colonizadas pelo valor de troca no mercado, recuarem diante das de interesse humano, assistirem ao surgimento

> de um entretenimento ao mesmo tempo agradável e facilmente digerível, que tende a substituir a captação do real por aquilo que está pronto para o consumo e que mais desvia para o consumo de estímulos destinados a distrair do que leva para o uso público da razão (*Mudança estrutural*, p. 198-202).

Nas primeiras décadas do século XX, o processo continuou na mesma direção, mas em escala cada vez mais ampla e diversificada. As tecnologias de comunicação que então estavam se desenvolvendo foram postas a serviço dos interesses econômicos dominantes. O teatro de revista, o folhetim e o circo, expressões da economia mercantil simples, terminaram por ceder lugar aos vários tipos de shows distribuídos a domicílio, expressão do poderio técnico subjacente à ascensão do capital monopolista.

Os progressos técnicos que levaram à invenção do cinema, do rádio, do disco, da televisão e da mídia imprensa ilustrada permitiram o surgimento de um mercado de massa para os bens culturais. Os monopólios empregaram os recursos criados pela tecnologia para explorar os esquemas da cultura popular e, criando novos mecanismos de promoção, venderem as obras de arte como mercadorias.

> Hollywood estabeleceu extensas relações com anunciantes e demonstrou seu desejo de permitir o ingresso de discursos comerciais externos em suas narrativas de aparência autônoma muito tempo antes de começar a produzir especialmente para a televisão. Suas mensagens comerciais podem ter sido menos explícitas do que as dos sistemas de rádio e televisão, mas não foram menos influentes na ascensão da cultura de consumo.[17]

Atualmente, as comunicações se encontram em processo de convergência cada vez mais extensa e profunda, seja criando interfaces entre seus diversos produtos, seja integrando seus vários recursos tecnológicos. Os capitais revestem-se mais e mais de caráter abstrato ou informático, não só no sentido de que os serviços tendem a assumir a condição de setor econômico dominante

---

[17] ANDERSON, C. "Hollywood in the home". In: Naremore, J. & Brantlinger, P. *Modernity and mass culture*. Bloomington (IN): Indiana University Press, 1991, p. 91. Cf. Janet Wasco: "Hollywood meets Madison Avenue". In: *Hollywood in the information age*. Austin (TE): University of Texas Press, 1995. Deixaremos de tratar neste estudo a maneira como o processo em foco colonizou a vida política; como, por exemplo, o comício em praça pública e a reunião com o eleitorado, figuras da sociedade liberal burguesa, foram cedendo lugar, chegada nossa era, aos programas de entrevista e à propaganda pelo rádio e televisão. A contribuição frankfurtiana encontra-se, sobretudo, em Jürgen Habermas: *Mudança estrutural da esfera pública* [1962], Oskar Negt & Alexander Kluge: *Esfera pública e experiência* [1972] e Ursula Jaerisch: *Über Rezeption rechextremer Propaganda* [1975] fornecem o essencial da contribuição frankfurtiana. Theodor Adorno lança pistas sobre o ponto em *Öffentliche Meinung und Meinungsforchung* [1952] e *Meinungsforchung und Öffentlichkeit* [1965].

mas, ainda, no de que a geração e apropriação de riqueza vão se tornando imateriais.

> Os movimentos dos conglomerados de mídia, entretenimento e telecomunicações expressam uma monumental concentração de poder – tanto por controlarem dois terços do que se divulga no planeta, quanto pela aglomeração de atividades, patrimônios e ativos. Através de alianças e fusões, a concorrência praticamente restringe-se ao clube de *players*, dotados de fortes reservas de capital, de *know-how* tecnológico e de capacidade de articular consórcios para vultosos negócios transoceânicos.[18]

O movimento da indústria cultural, convém notar, vem sendo gestado há muito tempo: nossa era deu-lhe apenas a estrutura monopolista e os princípios de administração. Os fundamentos de suas várias figuras não são novos, ao contrário das técnicas, que permitiram sua integração em um só sistema.[19] Os esquemas em que se baseia na atualidade já estavam contidos em embrião no mercado de bens culturais que surge ainda na alta modernidade (final do século XVIII a inícios do século XX).

Conforme Adorno repetiu diversas vezes, valendo-se de estudos de terceiros, a prática da indústria cultural surgiu junto com o conceito de arte: tanto esse quanto aquela são aspectos do processo de formação da sociedade burguesa. "A prática dos arranjos musicais, [comum na música popular,] procede da música de salão [do final do século 18]"[20] e, "quando se lêem certos romances de entretenimento do século [seguinte], como os de Cooper, encontra-se neles sob uma forma rudimentar todo o esquema de Hollywood".[21]

---

18 MORAES, D. *O Planeta Mídia*. Campo Grande: Letra Livre, 1998, p. 248. Cf. Herman, Edward & Robert McChesney: *The Global Media*. Londres: Cassell, 1997. Dan Schiller: *Digital capitalism*. Cambridge (MA): MIT Press, 2000.

19 ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. *Temas básicos da sociologia* [1956]. São Paulo: Cultrix, 1978, p. 201. Doravante a obra será citada no corpo do texto como *Temas*.

20 ADORNO, T. *Disonancias* [1956]. Madri: Rialp, 1966, p. 41. Doravante, a coletânea será citada, no corpo do texto, como *Dissonâncias*.

21 ADORNO, T. *Minima Moralia* [1951]. São Paulo: Ática, 1992, p. 130. Doravante, a obra será citada, no corpo do texto, como *Minima moralia*. Adorno baseia sua proposição sobretudo em Ian Watt: *A ascensão do romance*. São Paulo: Cia. das Letras, 1990. Leo Lowenthal analisou o surgimento dos supracitados esquemas em "The debate over art and popular culture: Eighteen-century England as case study" [1957]. In: *Literature and mass culture*. New Brunswick (NJ): Transaction, 1984, p.75-151.

O capitalismo moderno criou um mercado de bens culturais (sérios e ligeiros) que permitiu aos artistas e intelectuais libertarem-se das autoridades políticas e religiosas e passarem, onde puderam, a viver por conta de sua atividade criadora. A autonomia da produção artística e literária é algo que devemos ao seu caráter mercantil. A perspectiva não deve nos fazer esquecer, porém, que, desde o início, esse mercado ensejou a idéia de indústria, como bem viu muito cedo, por ter vivido a situação, Sören Kierkegaard.[22]

A situação também levou ao aparecimento de atividades artísticas e literárias voltadas para a exploração desse mercado, e não à criação cultural em condições de liberdade. A literatura, por exemplo, conquistou espaço nos jornais por meio do folhetim, mas isso não se fez sem mácula, quando se lembra que até mesmo escritores de renome foram pouco escrupulosos com sua assinatura.

Em Londres, Paris e Berlim, havia um negócio de livros populares bastante lucrativo, sobretudo para alguns editores, cujo mercado abrangia desde o proletário até as famílias da alta burguesia. O mercado da cultura sempre foi ambivalente, na medida em que permitiu a liberdade de criação do artista e facilidade de acesso aos bens culturais mas, por outro lado, suscitou a necessidade desses bens darem lucro para os que com eles negociavam, levando à sua adaptação ao padrão de gosto dos compradores (*Mudança estrutural*, p. 196-197).

Desde o início, a separação entre arte leve e arte séria foi relativa, na medida em que, conforme comentaremos, tanto uma quanto a outra são facetas de um único processo. Detrás das duas existe um mesmo processo econômico e, secundariamente, tecnológico, que as faz convergir, embora não linearmente. A sensibilidade simbolista, convertida hoje em esoterismo barato, originou-se, como não poderia deixar de ser, da esfera do mercado: "a dignidade do indivíduo foi emprestada àquela pelas manchetes dos jornais... que atribuem o genericamente importante à esfera privada" (*Prismas*, p. 210).

---

22 KELLNER, D. & BEST, S. *The postmodern turn*. Creskill (NJ): Hampton, 1997, p. 40-50.

Entretanto, precisamos distinguir o momento em que o fenômeno adquire sua forma total dos estágios em que essa forma se esboça. A configuração plena e aberta do mesmo só veio mais tarde, quando as novas técnicas permitiram às empresas assumirem o caráter de corporações e controlar o mercado da cultura. Nesse estágio, apenas, a prática da indústria cultural se converte em sistema. O fetichismo do produto cultural é uma expressão tardia do progresso das relações mercantis entre a sociedade. A pretendida apropriação das faculdades humanas através da compra de bens de consumo é um estágio superior de alienação, em relação ao fetichismo da mercadoria estudado por Marx.

1.2 Fetichismo e fantasmagoria

Procedendo à contextualização histórica do problema, o primeiro ponto a observar é que a conversão da indústria cultural em sistema não é resultado de qualquer conspiração de uma minoria interessada. O fenômeno é produto de uma série de agenciamentos coletivos, em parte planejados, em parte derivados das circunstâncias. Através de tudo isso, os seres humanos procuram lidar com suas aspirações, temores e problemas, enquanto outros disso se valem com objetivo de exploração econômica.[23] A exploração da cultura como força de consumo dependeu da capacidade dos representantes do capital responderem às demandas dos possíveis clientes, dentro de condições históricas determinadas.

Em linhas gerais, o fascínio com os mistérios do valor e o poder do dinheiro sobre os homens foram, a princípio, expressão do caráter alienado da produção, reflexo subjetivo da separação entre sua capacidade de trabalho e a maneira de se apropriar dos seus resultados na sociedade capitalista.

> A mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho humano, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho; por ocultar portanto a relação social entre o trabalho individual dos produtores e o trabalho total, ao refleti-las

[23] Cf. STUART, E. *Captains of consciousness*. Nova York: McGraw-Hill, 1976.

como relação social existente, à margem deles, entre os produtos do seu próprio trabalho.[24]

O fetichismo da mercadoria, noutros termos, é um aspecto inseparável das condições de produção e troca modernas: através dele, as relações sociais criadas pelos homens assumem a forma de coisas, passam a possuir uma fantasmagoria. O capitalismo engendra elementos que objetivamente assumem a forma de ilusões e que são elaborados esteticamente das mais variadas formas, pelo menos desde o romantismo. A necessidade sem conteúdo ideológico e ideal de beleza que consiste, para esse sistema, o livrar-se do antigo, gera uma série de expressões sensíveis, por meio das quais a técnica busca assumir a forma de obra de arte e meio de gratificação estética.

Walter Benjamin viu bem que o desenvolvimento das forças produtivas promovido pelo capitalismo não está isento, em toda a sua ambigüidade, de reflexos e projeções no plano da cultura vivida. Como escreve uma comentadora, a síntese de imagens para consumo sob a forma de mercadorias e bens serviu para introduzir a consciência das massas no modo de produção em que estavam sendo enquadradas cada vez mais inconscientemente.

> As exposições universais, com suas mostras de arte e tecnologia maquinísticas, moda e canhões, objetos de prazer e negócio, expunham [ao público] uma política fantasmagórica, cuja base é a identificação da industrialização com o progresso. A tecnologia e a industrialização são apresentadas nelas como capazes de produzir um futuro de paz e harmonizar as diferenças de classes, quando de fato esses 'símbolos de boa vontade', as promessas do capitalismo, estão se convertendo em tralha e sendo postos no lixo pelo correlato desenvolvimento das forças produtivas ainda antes de os monumentos que as tinham revelado serem derrubados.[25]

O caráter por assim dizer fantasmagórico das imagens que pouco a pouco se associa aos produtos mercantis é fruto de uma espécie de reunião entre o progressismo material desse sistema

---

[24] MARX, K. *O capital: crítica da economia política*. 6. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980, v. 1, p. 81. Cf. Georg Lukács: *História e consciência de classe*. Porto: Escorpião, 1974, p. 97-118.

[25] LESLIE, E. *Walter Benjamin*. Londres: Pluto, 2000, p. 119. Stuart e Elizabeth Ewen escrevem capítulos sobre como esse processo ocorreu nos Estados Unidos do final do século XIX em *Channels of Desire*. Nova York: McGraw-Hill, 1982.

com a regressão espiritual arcaizante, senão da própria ruína humana, que ele não pára de provocar na sociedade.

Para Adorno, fantasmagorias são essas imagens nas quais a aparência estética se torna função do caráter de fetiche da mercadoria, por mais que a esse processo também se ligue, pelo lado do progresso das condições materiais de vida, ao desenvolvimento dos meios e possibilidades de esclarecimento.

> As fantasmagorias nascem quando, coagidos por seus próprios limites, os últimos produtos da modernidade se aproximam do arcaico, quando cada passo à frente é ao mesmo tempo um passo para dentro do passado remoto. A sociedade burguesa percebe que seu avanço necessita da camuflagem de ilusões a fim de subsistir, porque só com disfarce ela se aventura a parecer que carrega o novo em sua face.[26]

Posteriormente, porém, esse esquema foi subsumido num contexto econômico e tecnológico mais avançado, no interior do qual o homem pouco a pouco é expropriado da própria capacidade de trabalho. Durante as primeiras décadas do século XX, o indivíduo passa a ser inserido em processos produtivos e sociais cada vez mais fragmentados e desprovidos de sentido, que conduzem à desintegração de sua própria subjetividade.

O capitalismo produz em seu avanço sujeitos que, embora desenvolvam a especialidade de trabalho necessária à manutenção do sistema, tornam-se cada vez menos capazes de sintetizar suas vivências interiormente de maneira individual, integrada e conseqüente. As pessoas precisam de ajuda ou apoio permanente de recursos coletivos que, devido à própria situação criada, reproduzem-se de maneira independente ou externalizada sob a forma de distintos capitais culturais (bancos de dados, bibliotecas, discotecas, filmes, revistas, programas, etc.).[27]

A transformação do conjunto da produção material em bens simbólicos, promovida pela indústria da consciência, constitui ao

---

[26] ADORNO, T. *Versuch über Wagner*. Trad. inglesa: Londres, Verso, 1991, p. 95. Doravante a obra será citada no corpo do texto como *Wagner*. Adorno deve muito de seu uso do termo fantasmagoria a Benjamin. As fantasmagorias são, para o último, resultado ou ponto de condensação do descompasso entre o progresso técnico e as relações sociais, entre a evolução do homem e da máquina sob o capitalismo (Esther Leslie: *Walter Benjamin*, p. 193).

[27] NEGT, O. & KLUGE, A. *Public sphere and experience*, p. 133.

mesmo tempo um reflexo e um esquema de solução desse problema. O processo permite, até certo ponto, que as fantasias individuais, as necessidades sociais e os imperativos sistêmicos formem uma só economia e, assim, viabilizem socialmente o processo de acumulação do capital.

O fetichismo dos bens culturais que se descobre nesse contexto, convém que fique claro porém, existe desde que a cultura surgiu como esfera autônoma da sociedade: o filisteísmo é um aspecto característico da pré-história da indústria cultural. O entendimento de que o consumo dos bens culturais pode em si mesmo nos fornecer determinadas faculdades humanas e valores espirituais não é uma ilusão social nova.

> A burguesia é uma classe que, em essência, não crê... Existe em um tempo no qual não se acredita realmente nos valores culturais: os quadros pendurados em suas mansões estão ali porque engendram prestígio social.[28]

Inclusive no seu tempo, era em parte inapropriado o conceito de arte pura, sendo pois, também, ideologia. Os indivíduos com acesso à coisa, em alguma medida, sempre consumiram valores estéticos sem que os mesmos fossem devidamente apropriados. A pretensão de que a simples posse desses bens implicasse no cultivo (valor de uso) de seu espírito incluía-se entre as razões de sua aura, para valermo-nos da expressão de W. Benjamin.

No capitalismo avançado, o fenômeno se generalizou de tal modo que o valor de uso dos bens culturais parece ter virtualmente desaparecido. O consumo desses bens envolve cada vez menos sua interação viva com as pessoas. O sentido dos mesmos depende, antes de mais nada, das suas condições de produção industrial e de difusão mercadológica. "Numa sociedade onde a arte já não tem nenhum lugar e que está abalada em toda a reação contra ela, a arte cinde-se em propriedade cultural coisificada e entorpecida e em obtenção de prazer que o cliente recupera e que, na maior parte dos casos, pouco tem a ver com o objeto".[29]

---

[28] HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. *I Seminari della Scuola di Francoforte*. Milão: Franco Angeli, 1999, p. 160.

[29] ADORNO, T. *Teoria estética* [1970]. São Paulo: Martins Fontes, 1982, p. 27. Doravante, a obra será citada, no corpo do texto, como *Estética*.

As tecnologias de reprodução das obras de arte, exploradas pelos interesses econômicos, tornaram corrente ou passaram a legitimar a suposição cotidiana de que os estímulos estéticos se destinam à diversão mercantil e de que os valores espirituais podem ser comprados, levando ao eclipse as próprias idéias de cultura e educação (formação). A contrapartida da expropriação das condições para cultivarem suas vidas, a que o sistema submeteu a maior parte dos indivíduos, é, a princípio, a extensão dessa ilusão, cada vez mais fugaz, para o conjunto da população.

A verdadeira novidade se origina pois do fato de os consumidores encontrarem-se mais e mais na situação de se bastarem apenas com a compra do bem cultural. "O principal valor adorado pelos consumidores é o caráter fetichista de seu valor mercantil [the spell of the commodity]".[30] A pretendida assimilação do conteúdo dessa espécie de bem se esvaneceu, quer no campo sério, quer no campo leve da produção artística e intelectual. A crescente reificação das relações sociais leva a um embotamento dos sentidos:

> [Grosso modo] não há lugar para qualquer relação viva com a obra em questão, qualquer compreensão direta e espontânea de sua função como expressão artística, qualquer sentimento de sua totalidade como uma imagem do que outrora se chamava verdade.[31]

Desde algum tempo, desencadeou-se um processo por meio do qual o conteúdo objetivo dos bens culturais está se tornando mais e mais indiferente à subjetividade. Os indivíduos quase não se relacionam mais com a coisa em seu valor de uso mas, em escala cada vez maior, com os efeitos de seu valor de troca, definido através do trabalho direto e indireto da propaganda via mecanismos da indústria cultural.

> O mistério poético do produto, através do qual vai além de si mesmo, consiste no fato de participar da natureza sem-fim da produção e de o temor reverencial inspirado pela realidade ajustar-se suavemente ao esquema da publicidade (*Indústria*, p. 55).

---

30 ADORNO, T "The Radio Symphony". In: Paul Lazarsfeld & Frank Stanton (orgs.): *Radio Research 1941*. Nova York: Duell, Sloan & Pearce, 1942, p. 135. Agradeço a obtenção do texto a Carlos Jahn (Unisinos).

31 HORKHEIMER, M. *Eclipse da razão* [1947]. Rio de Janeiro: Lábor, 1976, p. 48-49.

No estágio da cultura de mercado, a capacidade de desenvolver e expressar a subjetividade tende pois a se identificar com a posse das coisas: o cultivo se confunde com o consumo. O fetichismo da mercadoria baseia-se no fato de que as pessoas transferem para si, mais do que o valor monetário, a gratificação psicológica advinda do reconhecimento de um valor dado à coisa socialmente, atribuindo à compra ou posse dela o prazer daquilo que na verdade foi produto de sua própria atividade sensível enquanto coletividade.

Explorando os processos psíquicos de reconhecimento, identificação e propriedade, a prática da indústria cultural "atinge simultaneamente o próprio objeto, revestindo-o, na consciência [do consumidor], com todas aquelas qualidades que, na realidade, são em grande parte devidas aos mecanismos de identificação [com os valores dominantes na sociedade]" (*Sociologia*, p. 134).[32]

As comunicações não são pois apenas um meio de estender o poder de sujeição do público ao capital mas, também, um meio de o público satisfazer (ativamente) uma espécie de vontade de poder criada e mantida pela sociedade capitalista. Os produtos culturais que consomem agenciam vários processos, entre os quais a formação de fantasias de poder, sobretudo vicárias e escópicas, como vêm revelando alguns estudos recentes. As fantasias que criamos não fornecem apenas a matéria-prima com que elaboramos a imagem de uma realidade diferente: seu caráter transgressivo também pode ser direcionado socialmente em sentido conformista ou mesmo regressivo, como veremos no penúltimo capítulo.

Conforme Adorno nota, o movimento da indústria cultural não por acaso coincide com o da publicidade: a publicidade é o elixir da vida da indústria cultural. A linguagem e as técnicas que essa utiliza têm origem na esfera da circulação. As campanhas, os slogans e os truques de publicidade foram de início procedimentos externos às finalidades das obras de arte. O caráter artís-

[32] O pensador encontrou suporte empírico para essa idéia na análise da correspondência enviada para emissoras de rádio. Cf. "Social critique of radio music" [1945]. In: Neil Strauss (org.) *Radiotext(e)*. Nova York: Semiotext(e) 1993. Devo a obtenção desse texto a Valci Zuculoto (UFSC).

tico do qual, em certas ocasiões, se revestiam estava subordinado ao imperativo da eficácia psicológica.

O desenvolvimento da indústria cultural não somente transplantou essas técnicas para a produção dos bens culturais, mas fez com que sua própria recepção se colocasse sob sua dependência. O resultado é o progressivo eclipse do seu valor de uso. As técnicas de promoção conferem sentido e definem esse valor de uso antes mesmo do consumo os pôr em contato vivo com as pessoas em um contexto determinado.[33]

Atualmente, a experiência estética está se tornando mais e mais fechada, na medida em que a relação com as obras de arte e todas as coisas é sempre mais mediada pelas diversas técnicas de promoção do produto empregadas pelo conjunto do aparato publicitário. O comportamento contemporâneo perante a arte é estacionário porque as pessoas conferem às obras um valor muito maior do que elas crêem que essas obras possuem. O julgamento público se deixou colonizar pelos esquemas da indústria cultural (*Estética*, p. 29). Os fenômenos culturais são pré-consumidos: o indivíduo se relaciona de maneira cada vez menos imediata com a própria coisa, consumindo, ao invés, sobretudo a aura ou imagem social que lhe deu a máquina de propaganda.

Celebridades de todos os tipos, incluindo ex-chefes de Estado, apresentam-se como palestrantes sobre qualquer assunto perante platéias de todo o mundo em troca de dezenas de milhares de dólares por no máximo uma hora: nisso tudo não há valor de uso para ninguém. Apenas agenciam-se valores de troca. Conferencistas, promotores e público engajam-se na coisa porque ela é meio, pago, para acessar outra (prestígio social, "publicity", contatos, honorários): o conteúdo tende a ser simples pretexto. A exemplo das liquidações promovidas pelo comércio varejista, eventos como esses, todavia, cumpre notar, também podem ensejar tanta diversão quanto os programas de sorteio pela televisão e os anúncios das campanhas de publicidade.

---

[33] A publicidade e a indústria cultural convergem e tendem a se fundir exatamente nesse sentido; a primeira não se limita aos anúncios e matérias comerciais, encontrando respaldo em todas as formas de expressão simbólica; a segunda, cada vez mais se vale da linguagem e das técnicas da publicidade e propaganda.

Destarte, verifica-se que mais e mais os indivíduos tendem a ter prazer com o valor de troca das mercadorias:

> A mulher que possui dinheiro para ir às compras se embriaga com o próprio ato de comprar. *Having a good time*, é a expressão geralmente usada no senso comum norte-americano para as situações em que o indivíduo se regozija tão-somente em estar presente ao regozijo dos outros (*Dissonâncias*, p. 20).

Anteriormente, os sujeitos pelo menos pautavam sua conduta pelo ideal de se assemelhar às obras de arte. As representações estéticas colidiam com a vida e, via de regra, era mais essencial para o público burguês, ao menos em projeção, aprender a apreciar as obras do que encontrar obras que os agradassem de maneira direta e imediata.

> Os protagonistas das grandes criações de todos os tempos foram figuras ideais, utopias e modelos, que o público contemplava e, amiúde, invejava. No período que precedeu o romantismo, nunca ocorreria a nenhum mortal comum medir-se com eles e arrogar-se seus direitos, pretender corrigir ou melhorar sua própria vida, imperfeita ou insatisfeita, com sua imagem.[34]

A prática sistemática da indústria cultural, ao contrário, consagrou essa atitude, prenunciada pelo romantismo, desenvolvendo uma preocupação em agradar o público que age no sentido (ideológico) de fazer os bens simbólicos se assemelharem aos sujeitos tal e qual são definidos modalmente pelo sistema.

> O consumidor pode à vontade projetar as suas emoções, os seus resquícios miméticos, no que lhe é apresentado [...] As mercadorias fazem aparecer como próximo, como sua pertença, o que lhes foi alienado e que se pode dispor heteronomamente [sic] na restituição (*Estética*, p. 29).

Adorno, certo ou não, deseja dizer com isso que a satisfação das necessidades passa a coincidir com o exercício – direto ou indireto – do poder de compra, numa época em que a cultura vem se reduzindo à agência de centralização da vida na atividade de consumo. Trocando em outras palavras, as atividades de com-

[34] HAUSER, A. *Sociología del Arte*. Barcelona: Lábor, 1977, p. 765. Cf. Collin Campbell: *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford: Blackwell, 1987.

pra convertem-se, em si mesmas, na maneira pela qual os sujeitos crêem que podem se apropriar das faculdades humanas que o sistema os impede de desenvolver ou, então, mutila mais ou menos dolorosamente.

A mercadoria coloca ao alcance de todos como imagem aquilo que as pessoas cada vez menos recebem de fato.

> [Através dela] as pessoas compensam a consciência de sua impotência social [...] e ao mesmo tempo a sensação de culpa pelo fato de não serem nem fazer o que em seu juízo devem ser e fazer [segundo suas inclinações instintivas individuais], considerando-se – realmente ou por meio da imaginação – membros de um ser mais elevado e amplo, ao qual conferem os atributos de tudo aquilo que lhes falta e do qual recebem de volta, do modo sigiloso, algo parecido como uma participação naquelas qualidades.[35]

Os valores culturais passam a ser gerados pelo próprio mercado, através dos mecanismos de oferta e procura e da ação da publicidade. A espirituosidade, elegância e bom-gosto que as pessoas pretendem trazer para si através da compra de um perfume, por exemplo, associam-se à coisa porque, bem ou mal, essas mesmas pessoas a figuram e negociam dessa maneira, e não porque esta sempre os possui objetivamente. A situação a que chegamos hoje torna cada vez mais difícil precisar essa espécie de relação, não só porque a mediação reificada que representa a prática da indústria cultural nela se interpôs, mas também porque somos nós mesmos mais e mais por ela agenciados.

O fetichismo da mercadoria cultural tecnológica não gira, portanto, em torno da obra, mas do processo que confere marca ao produto e, assim, enseja seu ato de consumo como sinal de exercício de poder ou capacidade de apropriação por parte de um sujeito social. A hipótese forte em que se baseia sua postulação é a de que, qualquer que seja sua natureza, material ou espiritual, o consumo e desfrute da primeira visam ou dependem mais da imagem sintetizada pelo marketing do que do contato relativamente mais espontâneo com a coisa em uma situação de mercado ou de algum processo social de descoberta individual.

---

[35] ADORNO, T. "Teoria de la pseudocultura" [1959]. In: Theodor Adorno & Max Horkheimer: *Sociologica*. Madri: Taurus, 1966, p. 259. Doravante, o ensaio será citado, no corpo do texto, como *Pseudocultura*.

O entendimento não exclui a possibilidade de as mercadorias terem valor de uso para as pessoas. Definindo o consumismo como desfrute de seu valor de troca, não se pretende negar que "muitos indivíduos conseguem ser bastante criativos em seu hábitos de consumo e podem inclusive se desenvolver como seres humanos através do consumo".[36] As contradições sociais permeiam o modo de produção, expressando-se no corpo dos bens simbólicos, e, talvez por isso, nenhum deles possa ser totalmente blindado a um uso produtivo.

A concessão feita assim, por outro lado, não deveria nos levar a esquecer que, na atualidade, virtualmente todos os hábitos de consumo do homem moderno encontram-se precondicionados pelos esquemas da cultura mercadológica. Os indivíduos que, pretensamente e, de fato, articulam sua subjetividade por meio deles, não são mais meros consumidores. Em virtude do processo histórico, praticamente todos nós já nos tornamos hoje, desejemos ou não, filhos da indústria cultural.

1.3 A sociedade administrada

Segundo Adorno e Horkheimer, a formidável expansão da indústria cultural ocorrida em nossa era deve ser vista como um momento do processo de transição para o que chamaram de mundo administrado (*Dialética* p. 9). O capitalismo moderno desencadeou um processo de racionalização das condições de vida cujo horizonte, até onde pode ser visualizado, é a submissão do ser humano a uma espécie de tecnoestrutura. O progresso das técnicas e das forças produtivas leva à formação de uma sociedade onde o correlato da progressiva perda de sentido da experiência aparentemente tende a ser o enfrentamento técnico do conjunto dos problemas da vida social e individual.[37]

---

[36] KELLNER, D. *Critical theory, marxism and modernity*, p. 161.

[37] Cf. Pollock: "State capitalism: Its possibilities and limitations" (1941); Marcuse: "Some social implications of modern technology" (1941); Horkheimer: "The authoritarian state" (1942); Adorno: "Reflexionen zur Klassentheorie" (1942); e Horkheimer & Adorno: "A Indústria cultural" (1944) – textos e autores constituem as referências fundadoras da teoria social do capitalismo avançado proposta pelo grupo frankfurtiano. Procurando explicitar a visão de Adorno, a leitura que segue salienta as linhas de

O predomínio da tendência, todavia, não deve ser visto de forma linear: há forças que agem em sentido contrário, não sendo inexpressiva a subsistência dos valores modernos e a capacidade de resistência ativa e passiva do indivíduo.

> A totalidade é uma categoria de mediação nos países de administração democrática da sociedade industrial, sem ser diretamente dominadora e subjugadora. Isso implica dizer que na sociedade industrial de troca nem tudo que pertence à sociedade pode ser imediatamente deduzido de seu princípio. Ela encerra inúmeros enclaves não capitalistas (*Sociologia*, p. 48).

Adorno percebeu com o tempo, embora não de todo, que a transformação das estruturas societárias capitalistas que teve lugar nas primeiras décadas do século passado não conduz de modo necessário ao estado totalitário. A sociedade totalmente administrada, anunciada por ele, pressupõe uma superação das contradições econômicas e sociais que não pode acontecer dentro do capitalismo.

> Os antagonismos capitalistas realmente aumentaram, apesar da coerência evolutiva que a teoria tem chance de colher, da lógica na sucessão de cada época social, do crescimento das forças materiais, dos métodos e da capacidade de produção. Em última instância, são esses antagonismos que definem os seres humanos. Atualmente, eles se tornaram ao mesmo tempo mais capazes e ainda mais incapazes de se libertarem. Subsiste não apenas a possibilidade de uma libertação, mas também a criação de novas formas de opressão no futuro.[38]

Em virtude disso, o capitalismo de Estado, que surge nessa época, precisa ser visto como uma figura política cuja hegemonia não é constante e varia conforme a época e contexto histórico. "A sociedade é contraditória e mesmo assim determinada; a um só tempo racional e irracional, sistemática e caótica, natureza cega e mediada pela consciência" (*Sociologia*, p. 47). A concentra-

força histórico-universais que formam o cenário de entendimento do problema da indústria cultural segundo esse autor e, portanto, não pretende ter um caráter mais crítico-filológico, como tem aquela feita por Peter Hohendhal ("Reading mass culture", *Prismatic thought*, p. 119-149).

[38] HORKHEIMER, M. *La società di transizione* [1972]. Turim: Einaudi, 1979, p. 19-21.

ção do poder econômico e as estratégias públicas e privadas de controle do mercado não levam à liquidação deste último, conforme supunham no início, mas a novas formas de crise e padrões de concorrência.[39]

O capitalismo avançado é dominado pelas corporações transnacionais e a formação de blocos político-econômicos. Em função disso, não deve ser visto com um regime totalitário: constitui um momento de transição, caracterizado por uma dialética, cuja tendência dominante, vista em termos virtuais, é a dominação totalmente burocrática, mas o curso – de fato – não é linear nem estável, apresentando-se mundialmente como uma "procissão duradoura e ininterrupta de catástrofes, caos e crueldades ao mesmo tempo que abre a possibilidade de uma revolução".[40]

> Na situação presente, verifica-se que uma forma superior, para a qual a sociedade dever-se-ia mover de acordo com o pensamento progressista, não pode mais ser lida como tendência concreta da realidade.[41]

Herbert Marcuse nos dá conta do caráter sombrio desse processo lembrando o fato de que as possibilidades utópicas contidas na tecnologia maquinística e na cultura de mercado encobrem a crescente banalização da violência, a miséria moral e os massacres em países distantes dos centros afluentes. O progresso responsável pelo relativo aumento da segurança pessoal e nível de vida da população esbarra nas paisagens de devastação da natureza, na marginalização da vida produtiva imposta às pessoas,

---

[39] Segundo Friedrich Pollock ("State capitalism: Its possibilities and limitations". In: *Studies in philosophy and social sciences* 2 [200-225] 1941) o capitalismo de Estado corresponde, na economia, à substituição dos mecanismos de mercado por um sistema de controles políticos e administrativos. Horkheimer e Adorno aceitaram com ressalvas esse entendimento mas, mais tarde, revisaram sua posição, passando a sustentar a tese da transição para o mundo administrado. Para Adorno, em especial, o conceito mais adequado para entender a era atual era o de "sociedade industrial de troca". A constituição de uma dominação independente dos mecanismos de mercado devia ser vista como um *telos* e não como uma realidade no contexto histórico contemporâneo (*Sociologia*, p. 73). Cf. Stefano Petrucciani: *Ragione e dominio*. Roma: Salerno, 1984, p. 329-332.

[40] THEODOR ADORNO apud Douglas Kellner: *Critical Theory, marxism, and modernity*, p. 78. Cf. Theodor Adorno: *Consignas* [1969]. Buenos Aires: Amorrortu, 1973, p. 39. Doravante, esta obra será citada, no corpo do texto, como *Indicadores*.

[41] ADORNO, T "Critique" [1969]. In: *Critical models*. Nova York: Columbia University Press, 1998, p. 285.

nas tendências à autodestruição e condutas regressivas, na produção em massa de bens sem valor universal, no empobrecimento espiritual e na deterioração das condições de vida urbana.

Enquanto a estrutura social que mais e mais se reveste de feições sistêmicas e mundiais conservar-se antagonística e, assim, continue a perpetuar as contradições que definem seu modo de ser, todavia deve-se considerar também que há uma possibilidade de mudança. "Dentro do presente estado de coisas, hoje ou amanhã podem surgir situações que, provavelmente, venham a ser catastróficas, mas também podem restaurar a possibilidade de uma ação prática hoje obstruída".[42]

A sociedade contemporânea procura preservar a estrutura de compromisso da era burguesa, embora disponha dos meios para se impor ditatorialmente. A assistência burocrática converge com o interesse individual. O crescente tempo livre disponível de uma forma ou de outra por todos nós é ocupado com atividades que os reencadeiam ao sistema econômico e, assim, às exigências de seus princípios de socialização. A reprodução do sempre o mesmo significa, porém, que os perigos e riscos sociais ainda rondam a vida da maior parte dos indivíduos.

> Para a Teoria Crítica, isso levanta a questão de se a desindustrialização envolve uma reversão das tendências em curso na sociedade de consumo e de se o indivíduo aceitará uma redução do consumo, depois de ter sido levado a crer que esse é um direito seu, e passará a privilegiar a expectativa de que aquele continuará crescendo, enquanto recompensa para o fato de trabalhar e prestar lealdade à sociedade capitalista que tem pouca coisa mais preciosa a dar do que isto, crescimento dos padrões de consumo, em troca de legitimação.[43]

A concentração do poder econômico e a formação de conglomerados modificam o caráter, mas não podem estancar as crises nem suprimir totalmente os mecanismos de mercado. A competição econômica se perpetua e reproduz de maneira cada vez mais severa através – e não ao invés – do progresso tecnológico. As circunstâncias apenas redimensionaram sua escala, reservando seus principais lances para os grandes e poderosos. Precisa-

[42] THEODOR ADORNO apud Rolf Wiggershaus: *The Franfurkt School*, p. 566.
[43] KELLNER, D. *Critical theory, marxism and modernity*, p. 180.

mente por isso, a sociedade contemporânea é geradora de contradições que produzem uma conduta ambivalente, – tecnicista e regressiva ao mesmo tempo –, que, se por um lado, favorece o progresso do sistema, também pode levá-lo à mudança, crise ou involução, por intermédio das mais diversas alternativas.

Adorno sugere sem dúvida que, "no capitalismo tardio, apenas os meios administrativos de força direta e indireta conjugam as ações individuais, ordenando-as num sistema social", caindo por isso num reducionismo sociológico que "passa por alto o plano cultural da ação social, a esfera da ação social em geral, e por isso se confina entre os pólos do indivíduo e da organização".[44]

As proposições do autor feitas nesse sentido, no entanto, devem ser entendidas de acordo com seu método, dialeticamente; o que significa que devem ser vistas como expressando tendências. À práxis instrumental hoje dominante fazem frente não só as formas de ação social legadas pelo passado quanto as condutas regressivas e irracionais que se geram no confronto com o avanço da racionalização.

O desenvolvimento das forças produtivas e a concomitante concentração do capital pelos monopólios públicos e privados provocaram uma profunda modificação na estrutura e nos padrões da socialização. A tecnologia maquinística moderna e a intervenção estatal produziram um aumento do padrão de vida para a maioria da população. Entretanto, em virtude disso, os homens passaram a se diferenciar cada vez menos no contexto funcional da sociedade, ainda que "nem mesmo diante do aparelho de televisão se possa afirmar seriamente que as partículas sociais, os indivíduos, sejam iguais, no sentido estreito em que se pode falar de igualdade relativamente aos átomos estudados pela física e a química" (*Escritos*, p. 200).

A sociedade burguesa foi expressão do capitalismo liberal. A centralização do poder político e econômico, a complicação da vida urbana e o progresso técnico conduziram à sublimação da estrutura de classe, que ela nos legou, numa sociedade de massa. A socialização, por outro lado, atingiu, assim, um ponto em que o sistema começou a se tornar total; os homens perderam as con-

---

[44] HONNETH, A. *The critique of power*, p. 57-96.

dições objetivas para controlar o sistema, se é que alguma vez as tiveram durante o curso da história passada.

A concentração do poder político e econômico transformou a *ratio* em meio de dominação. O conhecimento científico reduziu-se à tecnologia e passou a ser usado como meio de domínio não apenas da natureza mas, também, da vida social. Os serviços públicos, a escola, o hospital, a fábrica e outras instituições passaram, nesta época, a se dotar de técnicas cada vez mais eficientes para atingir seus objetivos. Os procedimentos instrumentais originados da economia de mercado penetraram nesses ambientes e ensejaram a criação de controles cujo sentido é fazer dos homens mônadas reificadas do sistema. Os indivíduos, paulatinamente, vão sendo enquadrados em disciplinas, que fragmentam os processos vitais e, assim, os levam à massificação.[45]

Horkheimer e Adorno não nos deram um relato da maneira como esse processo ocorreu, valendo-se do diagnóstico weberiano sobre a modernidade, sem levar a cabo análises mais cuidadosas do problema. Coube a Foucault, admite-se hoje, remediar essa lacuna da teoria crítica da sociedade, chamando a atenção para o fato de que a racionalidade técnica deve ser estudada de maneira mais matizada historicamente.[46] Os terrenos em que a razão se exerce são tão distintos quanto as próprias formas que ela assume. O fenômeno existe no plural e para estudá-lo precisamos pesquisar "as diferentes fundações, criações e modificações através das quais as racionalidades engendram outras, opõem-se e buscam a outras... sem serem um *único* fenômeno".[47]

Adorno certamente concordaria com esse enfoque, partindo do suposto de que, para ele, a vida social não só obedece a vários ritmos, mas permite que se divise pelo menos duas formas de ra-

[45] Cf. HERBERT MARCUSE: "Some social implications of modern technology" (1942). In: Andrew Arato & Esther Gebhardt (Editores): *The essential Frankfurt School Reader*. Nova York, Continuum, 1982. Os controles sociais que emergem assim não são em hipótese alguma fruto de uma conspiração: "estão espalhados por toda a sociedade, sendo aplicados pelos vizinhos, a comunidade, as grandes sociedades anônimas, os meios de comunicação e (talvez em menor medida) pelos governos" (Herbert Marcuse: *La agresividad en la sociedad avanzada*. Madri: Alianza, 1981, p. 106).

[46] FOUCAULT, M. *Remarks on Marx*. Nova York, Semiotext, 1991, p. 124-128.

[47] FOUCAULT, M. *Politics, philosophy and culture*. Nova York, Routledge, 1988, p. 28-29.

cionalização da cultura: a proposta pelo trabalho e a proposta pela educação, elas mesmas variáveis de acordo com a época e sociedade. Diverge, porém, ao recusar-se a abrir mão da idéia de totalidade. O processo de posição do diverso conserva uma unidade, na medida em que as esferas que resultam dele são mediadas umas pelas outras e de uma maneira que deve ser analisada particularmente. O movimento histórico caracteriza-se, assim, como uma totalidade cindida e cada vez mais fragmentada que – não obstante – apresenta tendências dominantes, como é o caso, na modernidade, da racionalização mercantil.

Segundo a Escola de Frankfurt, as conexões existentes entre a cultura e poder na era da técnica não devem ser entendidas em termos de interesse de classe e condicionamento pelo modo de produção. O fundamental é a subsunção da produção cultural à forma mercadoria. "Atualmente em fase de desagregação na esfera da produção material, o mecanismo da oferta e da procura continua atuante na superestrutura como mecanismo de controle em favor dos dominantes" (*Dialética*, p. 125).

As estratégias de controle social postas em prática em nossa era relacionam-se com a preocupação cada vez maior em viabilizar os circuitos mercantis nas mais distintas esferas da vida cotidiana. "O princípio [básico] no qual se disfarça a dominação [racional] é o da troca" (*Estética*, p. 255). A racionalização das relações de poder nos diversos campos sociais não pode ser separada da sua crescente mediação pela forma mercadoria. Os sistemas de dominação e controle social estão migrando para dentro do próprio homem, fazendo-o sujeito, embora não de todo, em todos os campos sociais, na medida em que – cada vez mais – depende disso sua própria sobrevivência.

Acompanhando mais ou menos de perto, embora sem saber, os resultados das pesquisas levadas a cabo um pouco antes por Norbert Elias, os frankfurtianos perceberam que, conforme a era moderna progride, a reprodução das estruturas sociais pouco a pouco se desloca para o âmbito interior do indivíduo, desvanecendo seus estímulos externos. "A racionalidade técnica inculcada naqueles que se prendem ao seu aparato transforma numero-

sas formas de autoridade e compulsão externa em formas de autocontrole e autodisciplinamento".[48]

Paulatinamente, os temores do indivíduo perante a realidade se interiorizam, passando a ser mediados por sua capacidade de cálculo racional. Em resumo, convertem-se numa segunda natureza, sancionada pelos poderes constituídos. Destarte, porém, os prejuízos que "atuam sobre os civilizados, sob o poder dos monopólios, passaram a coincidir com a sua civilização" (*Escritos*, p. 348).

O declínio do caráter pessoal antes associado à autoridade e a correlata criação de mecanismos de controle anônimos em todas as instâncias sociais que se verificaram assim privaram os indivíduos da experiência da opressão nas regiões onde o capitalismo acabou melhor implantado. Na modernidade avançada, acontece de fato que as relações de classe perderam sua visibilidade, tornando-se despersonalizadas. Os empresários individuais não se contrapõem mais pessoalmente aos trabalhadores enquanto encarnação viva dos interesses capitalistas.

Conforme Marcuse observaria em *A ideologia da sociedade industrial,* "O desenvolvimento capitalista alterou essas duas classes de tal modo que elas não mais parecem ser agentes de transformação histórica."[49] As camadas dominantes perderam parte de sua identidade de classe, passando a exercer o mando através de variados mecanismos sistêmicos, dos quais também não estão livres totalmente (*Escritos*, p. 180).

A massificação provocada pela racionalização instrumental rompeu o tecido social e não poupou nenhuma classe. A filiação subjetiva a uma ou outra classe é sempre mais flutuante. O importante é desenvolver uma postura positiva e uma mentalidade tecnocrática, passando por uma sã consciência realista da ordem das coisas na vida social.

---

[48] MARCUSE, H. "Some social implications of modern technology", p. 424. Cf. Norbert Elias: *O processo civilizador* [1939]. Rio de Janeiro: Zahar, 1990/93. Bogner, A. "Elias and the Frankfurt School". In: *Theory, Culture & Society* 4 (249-285) 1987. Documentos recentemente trazidos à luz confirmam esse conhecimento recíproco dos autores, ainda que não o reconhecimento da convergência teórica de seus projetos de pesquisa: cf. Detlev Schöttker: "Norbert Elias and Walter Benjamin: an unknown exchange of letters and its context". In: *History of Human Sciences* 2 (45-59) 1998.

[49] STALLABRASS, J. *Gargantua: manufactured mass culture*, op. cit., p. 9.

Conseqüentemente, "a estrutura de dominação de classe passou a sobreviver de forma anônima" (idem, p. 335). A autoridade se transferiu dos patrões para o conjunto dos mecanismos de socialização. As lutas de classe não deram adeus à história, mas passaram a ser controladas, na medida em que foram inseridas no contexto funcional das instituições e, por conseguinte, tornaram-se matéria de administração (idem, p. 76).

A reestruturação do conjunto das relações sociais ocorrida assim terminou colaborando para fazer de todos os homens objetos das corporações empresariais (idem, p. 344). Os trabalhadores começaram a ser tratados como consumidores, via que lhes deu a cidadania, passando a formar sua consciência conforme o modelo da mercadoria. A consciência de classe cedeu lugar à mentalidade de classe média num processo através do qual "a tendência do capital a expandir-se sobre as esferas do espírito e da opinião terminou ocupando a consciência e inconsciência daqueles que haviam sido o quarto estado" (idem, p. 176-177).

> O processo de divisão da classe trabalhadora entre, por um lado, um grupo de empregados qualificados e os trabalhadores autônomos, que compartilham de muitos dos interesses da classe média e, por outro, uma subclasse que nada divide, criou um bom fundo de interesse comum, assentado no que tem sido chamado de "classes do conforto", no plano mais amplo do consumo e de seu ambiência existencial.[50]

A conversão da indústria cultural em sistema, ocorrida no século passado, é expressão desse processo e, em especial, da instauração do caráter social das classes médias assalariadas como padrão espiritual dominante. As personagens modais em que se baseia sua produção não por acaso são os tipos ideais da nova classe média dependente. "As camadas de consumidores em que as novas formas de cultura de massa primeiro penetraram não pertencem nem à camada culta nem às camadas sociais inferiores, mas com uma certa freqüência aos grupos em processo de ascensão" (*Mudança estrutural*, p. 205).[51]

---

[50] MARCUSE, H. *A ideologia da sociedade industril* [1964]. Rio de Janeiro: Zahar, 1968, p. 16.

[51] Abordagens matizadas da cultura pós-moderna vêm reforçando a idéia de que a cultura de mercado não é produto de mera mudança espiritual, tendo a ver, também, com as

No transcurso do século passado, o proletariado foi integrado socialmente ao sistema, progressivamente privado das condições favoráveis ao aparecimento da consciência de classe e, enfim, dissolvido numa massa mais ou menos indiferenciada pelo progresso tecnológico. As forças de oposição foram se tornando partidos de massa e, suas lideranças, burocracias inseridas no jogo político-institucional. Entrementes, a expansão das atividades nos setores de comércio e serviços criou uma nova e vasta classe de empregados, enquanto a burguesia perdia sua identidade histórica, passando a exercer o poder enquanto uma classe de executivos. A estrutura de dominação passou a coincidir com a divisão técnica do trabalho, através da qual se exercem agora os interesses dos poderosos.

A racionalização instrumental das condições de vida pouco a pouco foi e vem dissolvendo as mediações ideológicas que uma vez existiram entre dominantes e dominados, engendrando constelações de interesse e padrões de conduta que não agem desde fora, mas sobretudo desde dentro dos próprios indivíduos. "A consciência se torna cada vez mais um mero momento de transição no processo de correlação do todo" (*Sociologia*, p. 88).

O primado do valor de troca se inclina a reduzir os homens a simples veículos do processo de acumulação. O capital só paga àqueles que são como ele exige e podem ser contados entre sua base de massas.

> [As pessoas] manifestam a tendência a submeter-se a qualquer autoridade, seja qual for o seu conteúdo, desde que ela ofereça proteção, satisfação narcisista, vantagens materiais e a possibilidade de descarregar sobre outros o sadismo, em que a desorientação inconsciente e o desespero encontram uma cobertura (*Temas,* p. 145).

Destarte, "o ajustamento é o preço que os indivíduos e as associações devem pagar para prosperar sob o capitalismo".[52] Hoje

mudanças sociais ocorridas entre as camadas médias urbanas, como no caso em tela, onde não se trata só da proliferação de imagens promovida pelas novas tecnologias mas, também, do surgimento da chamada classe de serviços ou nova pequena burguesia. Cf. Mike Featherstone: *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Nobel, 1995, p. 120; Wright Mills: *A nova classe média*. Rio de Janeiro; Zahar, 1979. Paul Beaud: *La societé de connivence*. Paris: Aubier, 1984.

52 HORKHEIMER, M. *La società di transizione*, p. 7.

em dia, passamos, nós todos, a nos relacionarmos de acordo com os critérios do sistema de mercado. A prontidão em ver o outro como potencial competidor ou parceiro comercial tornou-se habitual em amplos estratos sociais. As pessoas assumem mais e mais em face das outras uma postura racional e calculista e, curadas de velhas ilusões, cada vez mais "julgam seu próprio eu segundo o valor de troca e aprendem o que são a partir do que se passa com elas na economia capitalista" (*Dialética*, p. 197).

"A socialização afeta o homem como pretensa individualidade exclusivamente biológica, não tanto desde fora, mas sobretudo na medida em que envolve o indivíduo em sua própria interioridade e faz dele uma mônada da totalidade social". O processo, observar-se-á, tem duas mãos. "A racionalização progressiva [...] faz-se acompanhar de uma regressão igualmente progressiva". A expansão dos controles internos ao indivíduo por entre amplos setores sociais não ocorre sem atritos, engendrando resistências e conflitos de toda a ordem, que ameaçam de destruição várias formas de vida social mas, também, os próprios indivíduos. Em suma, situações que colocam em perigo "a esfera objetiva mas também a subjetiva da sociedade" (*Temas*, p. 41).

A seguinte passagem parece-nos extremamente ilustrativa com relação ao último ponto, no qual o filósofo viu um aspecto do que chamou de "contínuo crescimento da composição orgânica do ser humano no capitalismo avançado" (o crescimento inversamente proporcional entre suas predisposições sistêmicas e suas finalidades individuais):

> A manipulação planejada da fama e da lembrança conduz de maneira inelutável ao nada, cujo gosto pode ser antecipado na agitação febril de todas as celebridades. Os famosos não se sentem bem. Eles transformaram-se em artigos de marca registrada, estranhos e incompreensíveis a si mesmos, e como imagens vivas de si mesmos são como mortos. Na preocupação pretensiosa com suas auréolas, eles desperdiçam a sóbria energia, que seria a única coisa capaz de perdurar. A desumana indiferença e desprezo voltado aos ídolos caídos da indústria cultural revelam a verdade sobre sua fama, o que não quer dizer que aqueles que desdenham tomar parte nela possam nutrir uma esperança melhor em relação à posteridade (*Minima*, p. 87).

A liberdade individual crescente – que conquistamos com o progresso econômico e a democracia política – foi paga com nosso enredamento em situações cada vez mais reificadas, que mudaram o próprio sentido original dessa liberdade. A progressiva colonização da família pelos poderes públicos e privados agiu em conjunto com a fragmentação das condições de existência para restringir as condições favoráveis ao desenvolvimento da individualidade, ao mesmo tempo em que desencadeou um processo de atomização interna e externa do conjunto da população.

> No industrialismo tardio, as funções de mediação social que podiam ser desenvolvidas numa esfera relativamente independente do comércio e do tráfico perdem importância, mas não têm sorte diferente, em geral, os [indivíduos] e grupos historicamente dados, aqueles que carecem de uma administração racional e não são alterdirigidos (*Temas*, p. 73).

A categoria do indivíduo emancipou-se com a ruptura das estruturas tradicionalistas que marcou o advento da economia de mercado. A cultura burguesa que mediou esse processo permitiu aos seus filhos tomarem consciência de si mesmos como indivíduos. Por outro lado, a referida cultura sempre teve um caráter ideológico. As relações econômicas mantiveram cada um no estágio de ser genérico, fazendo de seus juízos um veículo das relações de poder que elas ensejaram. Realmente, apenas o sujeito burguês se beneficiou da nova situação: a população em geral permaneceu em estado de indiferenciação.

A concentração do poder político e econômico que ocorreu mais tarde resultou, ao mesmo tempo, na progressiva individualização do conjunto da população e na desintegração da idéia de individualidade: na massificação da sociedade. O indivíduo mais e mais se volta para si mesmo do ponto de vista subjetivo em um sistema onde ele é um elemento fungível, só e que em si mesmo não tem importância.

> A massa é uma forma de associação de indivíduos que foram privados de suas diferenças pessoais e naturais e reduzidos à expressão mais comum de sua individualidade abstrata, isto é, a procura do interesse individual. Enquanto membro da massa, o homem se torna puro e simples objeto de autoconservação [...] A massa une

> mas une sujeitos atomizados, que se encontram separados de tudo o que transcende seus impulsos e interesses egoísticos.[53]

Os fatores culturais que permitiram a formação e progresso do indivíduo como categoria da sociedade burguesa: a liberdade de espírito, a sublimação dos impulsos, o cultivo de um modo de ser separado e distinto – isso tudo cada vez tem menos sentido e, onde existe, continua sendo privilégio. As possibilidades se colocam a curto prazo e de maneira imediata, dificultando a elaboração da experiência para a maior parte das pessoas.

> A sociedade de troca impele suas crianças a perseguirem sempre fins imediatos, a viver obstinadamente em função destes, procurando com os olhos unicamente as vantagens as quais possam agarrar-se, sem olhar para a direita ou para a esquerda. Quem sai deste caminho corre o risco de sucumbir. A imediaticidade forçada impede que o homem perceba conscientemente este mecanismo que o mutila, pois ele se reproduz em sua consciência submissa (*Prismas*, p. 212).

Precisando sobreviver, os indivíduos desenvolvem uma capacidade de adaptação que consiste em conduzir-se de maneira utilitária, em saber colaborar, trabalhar em equipe e aproveitar as oportunidades. O destino de sua vida depende de estruturas que ninguém mais domina e que os condenam a procurar sua realização de modo privado, carente de conteúdo comunitário. As instituições conferem-lhes cada vez mais tempo livre em pagamento pelo que têm de suportar em seu âmbito. A contrapartida, porém, é que, por essa via, eles acabam sendo presas de *pseudo-atividades.*

Conforme Horkheimer e Adorno concluíram durante suas discussões nos Estados Unidos:

> Os mecanismos de concorrência funcionam de maneira tão distorcida que não mais permitem a formação da mônada e só permitem ao homem a afirmação da conduta racional em estratos muito limitados de sua conduta.[54]

A condução da vida no sentido da auto-realização individual supõe uma liberdade de ação e uma práxis produtiva que conti-

[53] MARCUSE, H. "Some social implications of modern technology", p. 426.
[54] HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. *I Seminari della Scuola di Francoforte*, p. 83.

nua a não existir para a maior parte das pessoas na sociedade liberal administrada. A esmagadora maioria das pessoas passa a vida inteira fazendo coisas que não apenas têm pouquíssimo significado individual como dificilmente permitem transcender a situação particular em que se vêem posicionadas.

> As pseudo-atividades são ficções e paródias dessa produtividade que, por um lado, a sociedade reclama sem cessar e, de outro, freia, e que os indivíduos não vêem só com bons olhos... porque pressentem em silêncio o quanto é difícil mudar o que lhes angustia (*Indicadores*, p. 61).

Resumidamente, constituem práticas através das quais o homem moderno procura satisfazer seus impulsos espontâneos, reprimidos durante a rotina cotidiana, sem no entanto acertar o alvo, pelo fato deles serem ocupados com tarefas que não têm relação orgânica com o modo de vida do sujeito.

Através delas, o homem pratica um realismo irreal, escreveu Adorno.

Considerando o ponto de vista do indivíduo, atividades dessa espécie são, por exemplo, as competições esportivas de fim de semana a que se dedicam os empregados de escritório, os eventos sociais que os intelectuais teimam em freqüentar, os roteiros turísticos que levam os caçadores de pechinchas aos museus de arte nos dias em que o comércio está fechado mas, também, passar todo um dia ouvindo música pelo rádio ou matar o tempo com jogos eletrônicos. Em linhas gerais, pode-se dizer que caem nesse âmbito todas as práticas que, para o sujeito, representam um passatempo, permitem que se ocupe de maneira mais ou menos prazerosa e arbitrária durante o tempo em que não está sendo entregue às tarefas que lhe exige a sociedade.

A racionalização mercantil das condições de vida e o peso que essa conferiu aos procedimentos de domínio técnico em todas as searas da vida pública determinam que o indivíduo reprima suas inclinações subjetivas, constitua-se em sujeito, a fim de assegurar sua sobrevivência. Os consumidores de bens culturais, incluindo a informação, não são muito diferentes dos seus produtores, na medida em que "tendem a se comportar como um repórter, que corre atrás de eventos sensacionais, assim como os concorrentes econômicos correm atrás de lucro" (*Prismas*, p. 212).

O processo assim acionado engendra por outro lado o desejo desse homem não ser um eu, entregar-se a situações passivas, onde ele pode se livrar da carga que se tornou o fato dele ter uma identidade individual. As atividades em foco freqüentemente se revestem desse caráter, podendo chegar em casos extremos à própria dissolução do eu, como no caso do consumo de drogas e nas explosões de violência autodestrutiva. A possibilidade de a partir da conversão em sujeito cada um desenvolver-se em sentido progressivo permanece bloqueada ou restrita a uns poucos indivíduos, na medida em que qualquer progressão nesse campo supõe uma socialização não totalitária ou totalizante que colide com os princípios sistêmicos da economia de mercado capitalista.

As contradições da subjetividade contemporânea a que dão escoamento, por outro lado, estão na base de um fenômeno com o qual se confundem e com o qual compartilham igual dependência à indústria da cultura: o chamado pseudo-individualismo.

Segundo Adorno, a manutenção do equilíbrio entre as diversas exigências que se colocam ao sujeito na era da técnica é obtida tanto pela ocupação enganosa da espontaneidade quanto pela síntese mais ou menos criativa de sucedâneos da individualidade. Os indivíduos estão cada vez mais separados e distantes uns dos outros, fechados em suas próprias vivências, na medida em que se interpõem entre eles uma vasta tecnoestrutura.

Simultaneamente, encontram-se cada vez mais sujeitos a processos de nivelamento e fragmentação das condições de vida que deixam pouco espaço para o cultivo de suas diferenças. A desintegração da vida interior provocada por eles é correlata ao surgimento de um eu mínimo, acossado por pressões internas e externas, que procura manter sua identidade através da manipulação instrumental das características elementares de sua própria personalidade.

> [Atualmente] o sujeito se decompõe em um prolongamento interno do mecanismo de produção social e em um resíduo insolúvel, condenado à curiosidade, que se contrapõe ao componente *racional* dominante de maneira reservada e impotente (*Escritos*, p. 52).

O desenvolvimento de uma pseudo-individualidade é a maneira através da qual ele procura fazer valer suas diferenças para si e para os outros no mercado de trabalho e em todas as outras

esferas da vida social em tempos de massificação. A continuidade entre a sociedade liberal avançada e os regimes autoritários não é uma linha reta: é preciso haver um salto para se chegar "aos átomos sociais pós-psicológicos e desindividualizados que formam as coletividades [totalitárias]" (*Indústria*, p. 131).

Entrementes, os indivíduos descobriram que expressões de ordem natural ou totalmente irracionais, como a hiperatividade física, as fixações objetais, o cabelo, as vestes, o sorriso, as manias, uma tatuagem, etc., podiam ser usadas em termos econômicos e psicológicos. A exploração mercantil direta ou indireta dos caracteres naturais e o consumo de bens culturais pseudo-individuados não são apenas uma alternativa mais vantajosa em comparação com o coletivismo burocrático.

Também podem servir de sucedâneo das antigas formas de cultivo e valorização da individualidade que não lograram se manter ou se democratizarem. Numa era em que se tende a nivelar os seres e as coisas, privando-as de procurarem e encontrarem seu próprio caminho de realização, o princípio de individualização reluz de maneira narcisista, sintética e fetichizada, tendendo a carecer de sentido progressista e caráter construtivo para a personalidade.

Na medida em que "o mercado de bens estilizados colocou à disposição dos consumidores um vasto leque de sentidos simbólicos, destinados a serem selecionados e justapostos quando da montagem do eu público",[55] desenvolveu-se a possibilidade de tornar a personalidade motivo de uma construção mercantil, sujeita aos ritmos da moda e através da qual, pouco a pouco, vem se processando uma mercantilização da subjetividade em amplas camadas da população.

> Em virtude do progresso dos meios de transporte e das técnicas de comunicação, da descentralização industrial e tecnológica previsível, entre outras coisas, a socialização da humanidade está se aproximando de um novo ponto culminante; e o que parece estar de fora mantém-se nessa sua extraterritorialidade mais como algo que é tolerado ou que se situa num plano mais amplo, do que em virtude de uma autêntica e indiscutível manutenção do exótico (*Temas*, p. 39).

[55] EWEN, S. *All consuming images*. Nova York: Basic Books, 1989, p. 79.

Segundo Adorno, os fundamentos históricos e antropológicos da indústria cultural se encontram nos problemas humanos surgidos nessa conjuntura. A mercantilização dos meios de comunicação precisa ser entendida no contexto de mudança social e descoberta de novos padrões de integração: é um produto da convergência das necessidades humanas criadas por essa situação com os interesses comerciais capitalistas. Os processos de pseudo-individuação, por exemplo, não podem ser separados dos procedimentos através dos quais os indivíduos procuram fazer valer a sua identidade no mercado, explorando suas idiossincrasias: tanto uns quanto os outros são agenciados pela indústria cultural (*Dialética*, p. 144-145).

A contrapartida da majoração do nível de vida promovida pelo sistema capitalista foi uma ressignificação da miséria surgida com a Revolução Industrial. O prognóstico marxiano a respeito da crescente divisão da sociedade entre um pequeno número de poderosos e uma massa miserável se realizou, ainda que não da maneira imaginada. No capitalismo avançado, a miséria tornou-se sinônimo de impotência política, social e individual. O processo de divisão social não só continua evoluindo de maneira cega e anônima, mas vem se tornando mais forte e estável em todas as esferas da vida, passando a ser sentido dentro da própria pessoa. O nivelamento espiritual e a massificação não são sucedâneos das profundas divisões que marcam a vida social desde o seu princípio mas, talvez, seu último estágio de manifestação.

A progressiva interiorização dos fundamentos materiais da dominação não significa a superação das contradições sociais, mas sua mudança parcial de direção, canalizada cada vez mais para o plano imediato e microscópico da sociedade. O processo de integração social não logrou suprimir os problemas e lutas sociais. As estruturas econômicas e sociais que os produzem foram deixadas intactas. O sistema não só continua a produzir excedentes populacionais, conflitos políticos e lutas sociais, mas estendeu seu âmbito, passando a compreender os conflitos que eclodem na família, no esporte e, mesmo, no interior do indivíduo.

O pagamento exigido pela socialização total é a transformação de todos os conflitos singulares em expressões das contradições da sociedade (*Escritos*, p. 78). As circunstâncias transplan-

taram-nas mais e mais para o âmbito das relações humanas e da economia psíquica do sujeito. "A desagregação das relações sociais em partículas centrífugas é o reverso da integração coletiva" (*idem*, p. 182). A racionalidade instrumental atua irracionalmente: a contraface da pretendida integração é a ruptura do tecido social e a desintegração moral do indivíduo. A socialização racional cada vez mais profunda é potencialmente destrutiva não só na esfera das relações travadas entre os seres humanos mas, ainda, na esfera da subjetividade.[56]

Para a Adorno, em resumo, a transformação global da cultura em mercadoria é uma figura histórica que precisa ser compreendida nesse marco contextual. Em poucas palavras, podemos afirmar que os fenômenos que lhe são conexos têm origem nas relações que as pessoas travam entre si no capitalismo avançado. Porém, não só. Também têm a ver com a resistência que os grupos e indivíduos engendrados por seu intermédio opõem à prepotência do processo civilizatório. A subjetividade é o limite da reificação. Os indivíduos resistem a ser patrolados e consumidos de todo pelas rotinas da vida burocrática e do sistema empresarial, incluindo abrir mão da liberdade de consciência conquistada no curso da era moderna.

Os fenômenos de indústria cultural são o principal palco desse antagonismo: o comportamento consumista, a procura de diversão, os lazeres sintéticos e outros hábitos são ambíguos porque, embora dependam da *ratio* burocrática e mercantil, também podem ser considerados como uma forma de resistência aos processos de mecanização em curso na sociedade.

Portanto, os indivíduos não se sujeitam às práticas da indústria cultural por causa das idéias que seus veículos difundem e logram inculcar em seus grupos mas, antes, porque a expansão das relações de troca e o avanço da divisão do trabalho, modificando suas idéias, se inseriram entre os homens e sua cultura. O progresso separa e individua as pessoas. As mercadorias culturais surgiram no curso desse processo e acabaram por se tornar matriz de novas relações sociais, na medida em que se revelaram capazes de lhes fornecer um mínimo de assimilação.

---

[56] Cf. LASCH, C. *O mínimo eu*. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 15-88. Arlie Hochchild: *The managed heart*. Berkeley (CA): University of California Press, 1983.

A explicação, todavia, precisa ser levada mais adiante. O consumo de bens culturais é também uma forma por meio da qual os homens procuram preservar seus impulsos internos e percepção sensível, conformando a subjetividade às condições de vida criadas com o avanço do capitalismo. "Simbolicamente, é um processo através do qual é celebrada uma espécie de conciliação entre o corpo impotente e a engrenagem, entre o átomo humano e a violência coletiva".[57]

[57] ADORNO, T. *Introduzione a la sociologia della musica*. Turim: Einaudi, 1971, p. 247. Doravante, a obra será citada, no corpo do texto, como *Música*.

2

Elementos originadores da problemática

Patrick Brantlinger escreve que o problema da massificação e nivelamento da cultura promovida pelas novas tecnologias originou-se das discussões sobre os fenômenos de multidão e os supostos efeitos das campanhas de propaganda, do rádio e do cinema durante o decênio que antecedeu à eclosão da II Guerra Mundial. Naquela época houve uma convergência entre as preocupações dos homens de cultura europeus com essas novas mídias e a vertiginosa ascensão dos movimentos totalitários na Itália, Alemanha e União Soviética.[1]

"Conquistar as massas" era, na época, "o lema comum tanto dos comunistas quanto dos nazistas", como disse Ernst Jünger. Os pensadores locais acreditavam, como seus pares norte-americanos, que havia uma relação direta entre as técnicas de se dirigir às massas e o comportamento dos indivíduos. As pessoas podiam ser manipuladas e levadas a agir em determinadas direções através dos meios de propaganda, considerada então como a "arte de influenciar as multidões" (Franz Schönemann, 1924).

A comunicação estava começando a ser vista como o primeiro e mais importante instrumento de mobilização política dos tempos modernos por parte dos governos, que procuram controlar e empregar os equipamentos de formação da opinião pública visando obter uma mentalidade patriótica e obediente na população.

---

[1] BRANTLINGER, P. *Bread and circus*. Ithaca (NY): Cornell University Press, 1983, p. 30-31.

Em círculos intelectuais dos mais variados, supunha-se que, qualquer que fosse o lado, era fácil desenvolver "o manejo da imprensa, rádio e todas as demais técnicas para o domínio da alma das massas que a sociedade democrática colocou à disposição do homem comum para, com essas técnicas, formar outros homens semelhantes e, assim, multiplicar aos milhares seu próprio tipo humano".[2]

Divergindo dos publicistas do outro lado do Atlântico, os europeus, todavia, não mostravam um sentimento positivo em relação à matéria, relacionando as novas tecnologias antes a uma crise da cultura do que à suposição, corrente entre aqueles outros, de que elas eram em si mesmas benéficas e não só "permitiriam o aparecimento de um tipo mais humano e inteligente de sociedade" quanto continham "elementos para realizar a unidade política quase tanto como foi possível um dia nas menores cidades da península Ática".[3]

A crítica à indústria cultural pode ser melhor entendida se remontarmos a esse contexto, desencadeador de um debate sobre o destino da cultura na era da técnica cujos termos não somente ainda são os nossos como estão longe de terem sido exauridos pelo pensamento contemporâneo.

2.1 Os Intelectuais e a crise da cultura

Theodor Adorno conheceu as primitivas expressões da chamada cultura de massa ainda na Europa (UFA estúdios, Hugenberg Konzern, a febre jazzística). Durante as primeiras décadas do século XX, houve um formidável avanço nas tecnologias de reprodução audiovisual. O cinema, o rádio, os discos e outros meios começaram a modificar a relação dos homens com a cultura. O contato com as obras de arte pouco a pouco foi se tornando motivo de prática cotidiana. Os costumes por sua vez passavam

---

[2] MANNHEIM, K. *El hombre y la sociedad en época de crisis* [1936]. Buenos Aires: Leviatan, 1984, p. 62. Cf. Dan Schiller: *Theorizing communication*. Nova York: Oxford University Press, 1996, p. 39-72.

[3] MUMFORD, L. *Technics and civilization* [1934]. Nova York: Harcourt, Brace & World, 1963, p. 297.

por uma mudança, com o surgimento de uma vigorosa indústria da diversão. A leitura de revistas tornara-se hábito corrente, e a veiculação de anúncios por toda a parte criava as bases de onde surgiria a futura cultura de consumo.

Nessa época, o autor pode ver também a maneira como esses meios e situação foram habilmente explorados, com objetivos políticos, pelos movimentos totalitários. Conforme ele ajudou a entender mais tarde, no período entre-guerras as técnicas de promoção da primitiva cultura de massa foram colocadas a serviço do Estado. A manipulação da psicologia de massas tomou o lugar da ideologia. O cinema e o rádio foram reduzidos a veículos de propaganda. O folclore nacional popular de diversos países foi reciclado industrialmente. Na Alemanha, especialmente, os espetáculos esportivos forneceram o modelo para a organização das cerimônias de celebração do regime nazista.

Fredric Jameson observa com razão que conta-se entre os principais fatores de escândalo suscitados pelo pensamento do autor o fato dele ter relacionado ambos os fenômenos. Isto é, considerar a cultura de massa uma das condições históricas de aparecimento do fascismo.[4] A conexão, de fato, aparece diversas vezes, sobretudo em seus ainda pouco conhecidos estudos sobre a propaganda:

> Possivelmente o segredo da propaganda fascista é o fato de que ela se limita a tratar os homens como realmente são: verdadeiros filhos da cultura de massa padronizada de hoje em dia, pessoas privadas de autonomia e espontaneidade, ao invés de propor metas cuja realização exigiria a transcendência do status quo social e psicológico (*Indústria*, p. 129).

Por outro lado, as práticas da indústria cultural, entre outras coisas, se caracterizam por atribuir às estrelas que por meio delas se cristalizam "características que, em outros países, foram reservadas aos ditadores [de direita e de esquerda]".[5] Em última instância, o pensador, vê-se pois, enxergou no fascismo tanto quanto na indústria da cultura formas – não obstante distintas – de totalitarismo, radicalizando certas idéias correntes no período,

[4] JAMESON, F. *Late marxism: Adorno*. Nova York: Verso, 1990, p. 140.
[5] ADORNO, T. "Analytical study of NBC", p. 376.

embora não devamos exagerar o grau em que procedeu a essa aproximação.[6]

Seguindo o anúncio de Nietzsche, os intelectuais europeus da época haviam como um todo e há algum tempo chegado à conclusão de que a cultura moderna estava em crise: a chamada rebelião das massas, o progresso da técnica e as mudanças nos padrões culturais importavam em uma mudança no próprio processo civilizatório. A avaliação do fato – porém – não foi unânime, "sendo muito desigual o modo como os intelectuais se dividem em dois campos, até a década de 30".[7]

A esmagadora maioria acreditava que o progresso técnico era um fator de embrutecimento cultural. Os conhecimentos veiculados por ele só podiam assumir a forma de clichês. A propaganda, o rádio e o cinema estavam a empobrecer o espírito, oferecendo "satisfações estéticas do pior nível", que reafirmavam a pertença de seu público a uma massa "complacente, bitolada e irracional". As camadas cultas haviam caído em isolamento e julgavam-se em perigo de extinção, numa era em que os sentimentos e hábitos mentais do chamado grande público eram por ele tomados dos jornalistas e homens de propaganda.

Destarte, via-se na produção em massa e na técnica moderna fatores que tendiam a solapar as bases da estrutura espiritual em que se assentava a tradição ocidental. As revistas, os filmes e os discos, favorecendo "a diversão passiva e brutal", eram acusadas de produzir uma subversão dos valores culturais mais autênticos, cujo pior fruto porém "possivelmente seria – [segundo a maneira de ver desses intelectuais] – a ruína total da arte e da literatura".[8]

---

[6] Segundo Jameson (loc. cit.), a circunstância de "a II Guerra Mundial ter se encerrado com a vitória da indústria cultural sobre seu rival e competidor nazista foi entendida por eles como uma variação dentro de um único paradigma, ao invés de uma vitória sobre outro".

[7] HAUSER, A. *História social da literatura e da arte* (3. ed.). São Paulo: Mestre Jou, 1982, Vol. 2, p. 1117. Durante esses anos, estudiosos bem-intencionados tentaram examinar a estética e discutir o estatuto de arte das novas tecnologias. Entretanto, o verdadeiro ponto em questão era o significado cultural das mudanças que elas estavam introduzindo na sociedade. Confira de todo modo Gilbert Seldes (*The seven lively arts*, 1924), Abel Gance (*A arte cinematográfica*, 1927), Rudolf Arnheim (*A arte do cinema*, 1932) Kurt London (*Film Music*, 1936), Rudolf Arnheim (*Estética radiofônica*, 1936) e Clement Greenberg (*Kitsch e vanguarda*, 1939).

[8] Cf. JOHN CAREY: *Os intelectuais e as massas*. São Paulo: Ars Poética, 1993, p. 11-28. Salvador Giner: *La sociedad masa*. Barcelona: Península, 1979. Andrew Ross: *No*

Johan Huizinga resumiu esse entendimento, bastante disseminado entre a intelectualidade tradicional, julgando que "a substituição da cultura por um gigantesco aparato expedidor de ordens em massa", enfraquecedor da capacidade julgar, ainda que difundindo conhecimentos, estava levando ao fim do tipo humano criado pelo ocidente moderno. Entre os extremos da redução dos valores que dele provêm e o nivelamento social exigido pelo ressentimento das camadas subalternas estava surgindo, via tecnologia, uma "inimizade para com a cultura" ou "processo de barbarização", que poderia "reduzir a pó tudo o que até então ela criara em termos de civilização".

> A reprodução mecânica do espetáculo e do som exclui virtualmente o elemento de rendição e absorção da alma; não há êxtase, não há clima, não há comunhão com o eu íntimo, êxtase e comunhão que são as verdadeiras coisas sem as quais não pode haver verdadeira cultura.[9]

No período em seguida à I Guerra Mundial, também houve vozes porém que, em contraponto, saudaram a chegada dos novos meios e artes industriais. Intelectuais de vanguarda bastante diversos proclamaram o advento de uma nova era cultural, baseada nas imagens e no contato com as massas. Desenvolveu-se a convicção de que a tecnologia estava destinada a ser a nova força espiritual dominante. A cultura burguesa perdera a legitimidade para aqueles que viam em seu tempo o momento de afirmação da era da máquina.[10]

---

respect: *intellectuals and popular culture*. Nova York: Routledge, 1989. Para Georges Duhamel (*Scènes de la vie future*, 1930), "o cinema é passatempo para párias, dissipação para iletrados, para criaturas miseráveis aturdidas por suas preocupações". Já Whyndham Lewis culpava o rádio e os anúncios pela destruição dos elementos formadores da individualidade, reforçando uma consciência de natureza coletivista, "um rebaixamento sistemático e forçado dos padrões civilizados" (*Time and western man*, 1928).

9 HUIZINGA, J. *Nas sombras do amanhã* [1935]. São Paulo: Acadêmica, 1946, p. 176. Desde Nietzsche, senão de Tocqueville, verifica-se, na modernidade, a presença de uma crítica da cultura de sentido antimoderno. Jean François Mattei nos dá exemplo recente dela em *A barbárie interior* (São Paulo: Unesp, 2001). Reunimos nossa reflexão sobre a mesma em *Crítica da razão antimoderna* (São Paulo: Edicon, 2003).

10 Para a Bauhaus, por exemplo, chegara a hora de a imaginação passar a ser tratada pela técnica industrial: só assim se poderia aproximar a arte do cotidiano. A redenção da categoria estava a depender da feitura de novas imagens, mais compatíveis com as aspirações populares. Segundo Moholy-Nagy (1932), porta-voz do grupo: "A câmera é

Influenciados pelas experiências de vanguarda promovidas durante os primeiros anos da Revolução Russa, os intelectuais de esquerda procuravam ver sobretudo o significado libertário e o caráter democrático dos novos meios de comunicação. Segundo eles, as técnicas de reprodução da obra de arte são forças produtivas que, se bem veiculam uma nova forma de "ópio do povo", desde o ponto de vista técnico conduzem a uma democratização jamais suspeitada da capacidade de fruição tanto quanto do próprio sistema de produção dos bens culturais.

Destarte, Bertold Brecht "tentou revelar ainda no período inicial da história do rádio as condições sob as quais esse meio poderia se tornar parte de um processo produtivo de mudança das relações entre as pessoas",[11] enquanto outros cogitavam em suprimir a contradição existente entre o cinema e a educação, fazendo o primeiro mais realista e a segunda mais divertida; tornando "o divertimento uma arma para a educação coletiva, libertada da guarda do pedagogo e do hábito cansativo da moralização".[12] Acreditava-se que a cultura burguesa perdera seu potencial de estímulo e se condenara ao esclerosamento. O progresso das forças produtivas conduzira à sua crise ao mesmo tempo em

um artefato técnico que influi em nossa maneira de ver e cria um novo olhar". Por isso, seu emprego consciente e esclarecido "será tão importante quanto o conhecimento do alfabeto: os analfabetos do futuro serão os que não souberem usar a caneta tanto quanto uma câmera". Cf. Lazlo Moholy-Nagy: *Moholy-Nagy: an anthology* (Org. por Reinhardt Kostelanetz), Nova York: Da Capo, 1970.

[11] NEGT, O. "Mass media: tools of domination or instruments of liberation ?". In: *New German Critique* 5 (61-80) 1978, p. 71. Cf. Bertold Brecht: "Teoria de la radio" [1928-1932]. In: *El compromiso en literatura y arte*. Barcelona: Península, 1973, p. 81-92.

[12] Leon Trotsky apud Alan Swingewood, *O mito da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Interciência, 1978, p. 27. Cf. Trotsky, L. "Vodka, the Church and the Cinema" (1923). In: *Problems of everyday life*. Nova York: Monad, 1977. Charles Madge, por exemplo, criticava nessa época o caráter de massas da imprensa moderna, por sua dependência à forma empresarial, e a radiodifusão pela pobreza espiritual. Ressaltava, porém, a superioridade política e social que ambas representavam historicamente sobre a criação individual e como nesses novos meios anunciava-se um futuro em que "as massas seriam livres para expressar seus desejos continuamente" (Cf. Stephen Easton [org.]: *Disorder and discipline*. Aldershot: Temple Smith, 1988, p. 126). Acreditava-se, em suma, que uma cultura estava morrendo e a outra, por nascer, seria mais plena em possibilidades de criação coletiva e realização individual do que a anterior, graças aos recursos técnicos com que poderia dispor, como notava Christopher Caldwell (cf. *Studies in a dying culture*, Nova York: Monthly Review, 1971).

que as novas formas de expressão libertavam as massas de sua ascendência ideológica.

Para outros, "a concepção do mundo como meio de fruição, conforme a encontramos na época de auge da música burguesa," extinguira-se totalmente. Na atualidade, julgavam, o entendimento do desfrute dos bens culturais passara da forma contemplativa para a de estímulo momentâneo. "O entretenimento... tornou-se um meio de distração carente de compromisso... servindo apenas para reproduzir a força de trabalho". Costuma-se ver isso com pesar. Na verdade, não é a melhor ótica. O fenômeno tem um sentido progressista porque, ao arruinar a estética burguesa e os mitos da arte e do artista, representa antes um caminho através do qual poderá avançar "a luta dos trabalhadores por uma nova cultura [...] de acordo com sua posição classista", dizia Hanns Eisler em 1928.[13]

O Instituto de Pesquisa Social não ficou alheio à matéria, tendo em vista que o problema de fundo de sua proposta de estudo da vida social foi, desde o início, "o problema da conexão que subsiste entre a base econômica da sociedade, o desenvolvimento psíquico do indivíduo e as mudanças que têm lugar na esfera da cultura". A investigação dos fundamentos econômicos da vida social requeria, para seus membros, não somente uma psicologia social que analisasse os mecanismos de integração do indivíduo às suas demandas, mas um estudo das formas culturais em que se materializavam. Destarte, o território da pesquisa social não se deveria limitar à estrutura econômica e sistema de classe, precisando compreender ainda "a esfera da cultura e do modo de vida", onde se incluem não só a religião, a arte e a ciência, mas "os costumes, a moda, o esporte, a opinião pública, o estilo de vida, as formas de diversão".[14]

Conforme observa Rolf Wiggerhaus, o interesse dos estudiosos que circulavam à sua volta em "promover uma detalhada discussão do problema" e "aplicar sua teoria às formas populares

---

[13] EISLER, H. *Escritos sobre el arte*. Havana: Artes y Letras, 1990, p. 101. Willy Bolle comenta a "cultura progressista de massas" da época em *Fisiognomia da metrópole moderna*. São Paulo: Edusp, 1994, p. 148. A propósito da matéria em foco, pode-se consultar "Mass culture in imperial Germany – 1871-1918" (*New German Critique*, v. 29, 1983).

[14] HORKHEIMER, M. *Studi di filosofia della società*, p. 39.

da chamada *cultura*" é "revelado pelo plano de editar um volume de ensaios sobre *A arte para consumo de massas*" [1936]. "A idéia era combinar o ensaio de Benjamin sobre a obra de arte e o de Adorno, sobre o jazz, com um ensaio de cunho social e teórico de Kracauer sobre as novelas policiais, mais trabalhos escritos por Bloch e outros, sobre matérias como a arquitetura e as revistas ilustradas, além de um alentado ensaio introdutório de autoria de Horkheimer".[15]

A coletânea projetada nunca saiu do papel, entre outras razões, devido à variedade de pontos de vista existente no grupo de colaboradores. A referência é importante, porém, por dois motivos. Em primeiro lugar, confirma a idéia de que, nessa época, a nova arte de massas havia se tornado motivo legítimo de reflexão entre os pensadores europeus. Em segundo, indica a constelação intelectual em que se gestaram as idéias que, mais tarde, ensejariam a proposição de uma análise crítica da indústria da cultura.

Adorno confirmou sua suspeita de que a nova arte de massas, engendrada pelo cinema, o rádio e outras técnicas, sinalizava uma profunda ruptura cultural quando passou a residir nos Estados Unidos. Durante o exílio, o pensador pôde ver como os interesses empresariais assumiram o controle da produção cultural na sociedade contemporânea. A colaboração em projetos de pesquisa conduzidos dentro do próprio sistema e o círculo social em que se inseriu forneceram-lhe a experiência viva em que se baseia sua crítica da indústria cultural. Conforme relata Adorno, "eu sabia bem o que são os grandes trustes e o capitalismo monopolista; entretanto ignorava totalmente até que ponto o planejamento e a padronização racionais impregnavam os chamados meios de comunicação" (*Indicadores*, p. 109).

Em 1937, a Fundação Rockfeller dotara a Universidade de Princeton de uma verba para a realização de um vasto projeto de pesquisa sobre o rádio nos Estados Unidos. O veículo ainda era então um meio bastante novo, que não havia sido totalmente explorado. Nas palavras de Hadley Cantril, um dos diretores, "a

---

[15] WIGGERSHAUS, R. *The Frankfurt School*, p. 213. Stefan Müller-Dohm: *Adorno, une biographie*, p. 222-223. Em 1937, Kracauer "discutiu um projeto de colaboração com Adorno e Benjamin sobre o tema *arte de massa e capitalismo monopolista*, que foi rejeitado pelo Instituto devido ao seu alto custo" (Martin Jay: *Permanent exiles*. Nova York: Columbia University Press, 1985, p. 224).

principal idéia era tentar determinar o papel do rádio na vida de diferentes tipos de ouvintes, seu significado psicológico para as pessoas e as várias razões por que elas apreciam-no".[16] A condução das pesquisas mobilizou numerosa equipe e foi confiada a um pequeno instituto independente, dirigido por um dos fundadores dos estudos de mídia no século passado, Paul Lazarsfeld.

Adorno logrou engajar-se nele como chefe de pesquisa da seção de música e como tal realizou diversos trabalhos, desde o estudo das cartas que o público remetia às emissoras e de seus programas até entrevistas com ouvintes e pessoal da indústria radiofônica. O plano era valer-se desses materiais para não apenas comparar seu poder de atração, mas também examinar as diferenças sociais entre os ouvintes e correlacionar os gostos com o nível social da audiência. "Os contratos comerciais com as redes, editoras e firmas de marketing forneciam ao projeto os fundos suplementares e importantes fontes de informação", como nota Daniel Czitrom.[17]

Apesar de se conduzir de maneira produtiva, escrevendo diversos relatórios, rapidamente começaram a estalar porém desavenças entre ele e Lazarsfeld. A pretensão de empregar o método dialético e elaborar uma "teoria social da radiodifusão" chocaram-se com a concepção filosófica em que se baseava o projeto, condenando ao insucesso seu esforço de colaboração.

Os princípios de pesquisa eram administrativos, isto é: objetivavam coletar dados que ajudassem a planificar a ação dos controladores dos meios de comunicação. Realmente não havia nenhum lugar para a pesquisa social crítica: "tudo podia ser objeto de análise, menos o próprio sistema, seus supostos sociais e econômicos e seus efeitos socioculturais". Destarte, Adorno foi desligado do Projeto de Pesquisa de Rádio da Universidade de Princeton em 1940.[18]

---

[16] WIGGERSHAUS, R. *The Frankfurt School*, p. 239.

[17] CZITROM, D. *Media and the american mind*. Chappell Hill [NC]: University of North Carolina, 1982, p. 129.

[18] Cf. DONALD MORRISON: "Kultur and culture: The case of Theodor Adorno and Paul Lazarsfeld". In: *Social research* 45 (331-355) 1978. "The beginning of modern mass communication research". In: *Archives européennes de sociologie* 19 (347-359) 1978. William Towers: "Lazarsfeld and Adorno in the United States". In: *Communication yearbook* I (125-141) 1977. Rolf Wiggershaus: *The Frankfurt School*, p. 236-246. Stefan Müller-Doohm: *Adorno, une biographie*, p. 246-253. Lazarsfeld e Ador-

Entretanto, a despeito do quanto o contato direto e indireto com a coisa ajudou o autor em suas análises, precisamos notar que os primeiros esboços e as linhas de força da crítica da indústria cultural proposta em *Dialética do Iluminismo* não surgiram nessa época, remontando aos ensaios sobre a situação técnica e social da música, escritos por ele entre o final dos anos 1920 e meados da década de 1930.[19]

Como vimos antes, as posições sobre o problema da arte de massa podiam ser divididas então em dois grupos. Os conservadores culturais condenavam seu aparecimento pela concepção bárbara e dependência às técnicas industriais, que ameaçava os valores culturais dominantes na sociedade. Em contraponto, os intelectuais progressistas tendiam a saudar a nova cultura, especialmente o potencial democrático que supunham contido em sua base tecnológica.

Siegfried Kracauer e W. Benjamin, expoentes da posição progressista, situavam-se naquilo que se costuma chamar agora de periferia do Círculo de Frankfurt. Embora não lhes fosse estranho, mantinham "uma relação difícil e insatisfatória com o *Institut für Sozialforschung*".[20] Também Adorno, porém, devemos notar, encontrava-se nessa situação durante a década de 30. "A *Dialektik der Aufklärung* significa em muitos aspectos uma ruptura com a orientação teórica *do Institut für Sozialforschung* de Frankfurt, mas nenhuma, em realidade, com os pontos filosóficos de partida do jovem Adorno".[21]

Embora dando outra inflexão, o pensador comungava nessa época de posições teóricas muito mais próximas daqueles autores do que com as do materialismo interdisciplinar preconizado por Horkheimer. As contribuições à análise da nova arte de massas

---

no relataram suas versões a respeito do assunto em Fleming, D. & Bailyn, B. (editores): *The Intellectual migration*. Cambridge (MA): Harvard Univ. Press, 1969.

[19] Cf. "Zum Anbruch: Exposé" (1928), "Zum Jahrgang 1929 des Anbruch" e "Kitsch" (1932). In: – *Gesammelte Schriften* [Vol. 18]. Frankfurt: Suhrkamp, 1984; "On the social situation of music" (1932). In: *Telos* 35 (128-164) 1978; "The form of the phonograph record" (1934). In: *October* 55 (48-61) 1990; "On jazz". In: *Discourse*, v. 11, 1 (45-69) 1989/1990; "O fetichismo na música e a regressão na audição" (1938). In: Max Horkheimer & Theodor Adorno: *Textos escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural, 1991 (Col. *Os pensadores*).

[20] FRISBY, D. *Fragments of modernity*. Cambridge (MA): MIT Press, 1986, p. 9.

[21] WELLMER, A. *Sobre la dialéctica de modernidad y postmodernidad* p. 137. Cf. Susan Buck-Morss: *Orígenes de la dialéctica negativa*. México (DF): Siglo XXI, 1981.

por ele proposta ao longo dos anos surgiram no contexto de uma problemática construída em comum com os autores citados e que incluía ainda questões vindas de um grupo formado por outros marxistas pouco convencionais, como Bertold Brecht, Ernst Bloch, Béla Bálazs, Hanns Eisler e Georg Lukács (Círculo de Berlim).

Conforme se sabe a Escola de Frankfurt desenvolveu, em sua segunda etapa de reflexão, um programa cuja nota dominante era adorniana e cujo sentido foi definido como um esforço para "pôr todos os argumentos reacionários contra a cultura ocidental [moderna] a serviço do esclarecimento progressista" (*Minima Moralia*, p. 168).

A *Dialética do Iluminismo* (1944/1947), em especial, pode ser vista como uma tentativa de integrar a crítica cultural conservadora em uma teoria social crítica. Dialeticamente, Adorno, sobretudo, concluiu que, perante o progresso cego e desenfreado das forças produtivas, o conservadorismo pode expressar o seu contrário – a mentalidade revolucionária. Atualmente, portanto, a postura crítica consiste em tomar partido pelos resíduos de liberdade de consciência restantes, e não "acelerar, ainda que indiretamente, a marcha em direção ao mundo administrado" (*Dialética*, p. 10).

Para Adorno, Nietzsche, Klages e Spengler, por exemplo, tinham tanto a nos ensinar e a ser contestado com relação à fortuna da cultura nos tempos modernos quanto os sucessores ilustrados de Marx e Engels. O veredito sombrio sobre o ponto era, para o autor, mais rico em ensinamento do que a sadia vontade de viver do pensamento normalizado da intelectualidade esquerdista.

Na reflexão sobre a indústria cultural isso fica muito claro: foram os reacionários que viram o que os outros subestimaram – o surgimento de um novo homem primitivo. A reelaboração crítica das teses desses autores é detectável, por exemplo, na maneira como aquela reflexão integra seus motivos. Entre eles, citemos os da revolta dos escravos na moral, o do retorno do reino arcaico das imagens e o do caráter místico que a tecnologia – enquan-

to expressão de uma vontade de poder sobre a natureza – adquire, via máquina, entre as massas na era contemporânea.[22]

Segundo Adorno, os pensadores retrógrados e antimodernos conseguiram fugir do entendimento de que, em nosso tempo, verificar-se-ia a dissolução da mitologia na imanência da consciência. Em geral, eles contestaram a hipótese de que a mitologia tenderia a se tornar mero simbolismo, postulando sua realidade em termos bem materialistas. Na modernidade, afirmava um deles, "a tecnicidade está se tornando muito mais digna de atenção do que o indivíduo que, dentro dela, emite sua opinião", porque é "cada vez mais difícil separar os elementos que compõem o jornal, separar o texto dos anúncios, a crítica das notícias, a parte política do caderno de variedades".[23]

A crítica da cultura com que esses autores se comprometeram, "não obstante suas categorias [mistificadoras], individualizam determinados aspectos da problemática social que, sem dúvida, não têm como surgir da crítica à economia política [progressista]".[24] Através dela, eles acabaram explorando a hipótese de que, migrando para dentro do homem mesmo, as formas de se exercer o poder poderiam terminar sobrevivendo à progressiva falência das formas de dominação imediatas que ocorre no âmbito de nossa sociedade. O relevante neles é que, em seus diversos escritos, encontra-se uma suspeita em relação à boa consciência que parece reinar entre os homens modernos, uma suspeita que, crítica e reflexivamente, foi apropriada por Adorno.

Como esse nota, pensadores sombrios do ocaso da era burguesa, lograram perfidamente, eles todos, observar que a tendência em curso nas condições de vida urbana atuais é a substituição do potencial criativo do intelecto pelo relaxamento distraído e

---

[22] Cf. GEORGES FRIEDMAN: *La filosofia politica de la Escuela de Frankfurt*. México (DF): FCE, 1986, p. 29-112. Sigmund Freud, enquanto conservador ilustrado, também tem um papel de destaque nessa construção. Cf. Sérgio Paulo Rouanet: *Teoria crítica e psicanálise*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983.

[23] JÜNGER, E. *El Trabajador* [1932]. Barcelona: Tusquets, 1990, p. 247. Cf. Oswald Spengler: *O homem e a técnica*. Madri: Espasa-Calpe, 1934. Ludwig Klages: *L'anima e lo spirito*. Milão: Bompiani, 1940. Friedrich Nietzsche: *Genealogia da Moral*. São Paulo: Brasiliense, 1998. Michel Maffesoli reatualiza essa abordagem em sua ampla bibliografia. Criticamos sua obra em *Civilização e barbárie na crítica da cultura contemporânea: leitura de Michel Maffesoli*. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

[24] HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. *I Seminari della Scuola di Francoforte*, p. 146.

utilitário: "a estupidez praticada e consumida de maneira consciente e sistemática; a substituição da tensão espiritual pela tensão corporal do esporte; e finalmente a substituição da tensão corporal pela tensão sensual do prazer, e da tensão espiritual pela excitação proporcionada pelos jogos e apostas; [nisso tudo] a pura lógica do trabalho cotidiano é reposta por uma mística conscientemente saboreada" (Spengler apud *Prismas*, p. 47).

O problema principal com suas idéias era, porém, a relação por eles estabelecida entre a imaginação humana e uma práxis de tipo zoológica; isto é, uma abordagem anti-histórica, veiculadora de uma "fé na natureza contrária à análise social e, de fato, criptofascista, que, em última instância, conduz a uma espécie de comunidade ancorada numa idéia de povo oriunda da biologia e da imaginação".[25]

Apesar de importante na elaboração do diagnóstico global sobre a marcha da civilização em que se fundamenta, os princípios de construção da crítica à indústria cultural, todavia, não se gestaram diretamente nessa interlocução. Embora ela a sirva de maneira mediata, só nos bastidores é que esse diálogo surge como figura positiva. À primeira vista, a gênese de citada crítica está ligada antes ao confronto de Adorno com os textos dos principais partidários do caráter progressista da ascensão das massas e das novas tecnologias de comunicação, Siegfried Kracauer e Walter Benjamin.

2.2 Benjamin, Kracauer e Bloch

Kracauer (†1966), Benjamin (†1940) e Bloch (†1977) forneceram um conjunto de respostas ambivalentes à ruptura da tradição e da aura das obras de arte, à crise da cultura e dos intelectuais literários e à ascensão das massas e dos meios técnicos de reprodução. Percebendo como as transformações técnico-industriais estavam "produzindo uma nova relação entre arte e sociedade que, com a generalização do culto da diversão, afetou o próprio sentido da arte", os pensadores colaboraram como pou-

[25] Carta de Adorno a Benjamin, 22/9/37. *Correspondencia (1928-1940)*. Madri: Trotta, 1998, p. 210.

cos para fazer a crítica cultural avançar pelos "terrenos movediços da embriaguez e da distração" e "a apropriar-se de mundos simbólicos até então desprezados pela filosofia, como a moda, o reclame, o filme, o kitsch, etc."[26]

Benjamin procurou aplicar a análise marxista das contradições entre as forças produtivas e as relações de produção às novas formas de arte, dentro de um projeto cujo sentido era a construção em perspectiva histórica das relações entre mito, imagem e dialética. Segundo ele, o desenvolvimento das primeiras tem repercussões na esfera da cultura: levam à perda da aura que cercava as obras de arte tradicionais. Partindo de um estudo das fantasias e ilusões que cercaram a forma mercadoria na pré-história da modernidade, o pensador defende a hipótese de que a autoridade dessas obras sobre os homens é quebrada pelas novas técnicas de reprodução.

Já Kracauer foi pioneiro entre os estudiosos europeus ao pesquisar e refletir sobre cultura popular urbana e a vida cotidiana das camadas médias assalariadas na sociedade de massas moderna, visualizando em suas principais expressões o resíduo mítico de um processo histórico-universal progressista e potencialmente emancipatório. "O pensador foi, nota uma comentarista, o primeiro a descrever a conexão funcional entre trabalho e lazer, entre racionalização econômica e as distrações fornecidas pela indústria cultural; ele capturou em estado nascente a especificidade do processo moderno de formação da identidade, mediado cada vez menos pela origem e a tradição e, sim, pelos novos meios padronizados e industriais de socialização".[27]

Ernst Bloch dividiu com ambos, tanto quanto eles todos com Adorno, a vontade de "varrer as ruínas das culturas recém-rompidas para procurar os sonhos esquecidos, o excedente cultural, que poderia antecipar o futuro; dividiu com eles um interesse pela análise cultural micrológica capaz de avaliar o típico tanto quanto o atípico".[28]

---

[26] MACHADO, C. E. *Debate sobre o expressionismo*. São Paulo: Unesp, 1998, p. 63-64.

[27] Cf. INKA MÜLLER-BACH, prefaciando Siegfried Kracauer: *The salaried masses*. Londres: Verso, 1998, p. 5.

[28] JAY, M. *Marxism and totality*. Berkeley (CA): University of California Press, 1984, p. 188.

Parafraseando um comentário de Adorno, pode-se dizer que, nos trabalhos que escreveram, completou-se o retorno da filosofia à concretude da vida cultural, uma mudança que se tornou canônica para todos os descontentes com o palavreado improdutivo da epistemologia e que começou com Georg Simmel.[29]

No final do século XIX, Nietzsche despertara os europeus para a profundidade da crise que se avizinhava dos valores modernos. A necessidade de um novo vigor por ele preconizada, todavia, não teve seguidores. A crítica cultural que encetou caracterizou-se entre os pósteros por um decadentismo. O século XX passou a ser visto como estágio final de um processo de declínio cultural. A ruptura da visão de mundo tradicional produziu uma pobreza de espírito. A progressiva mecanização da existência conduzira a uma situação em que "a técnica se tornou um fim em si mesmo" e "as pessoas não desejam senão a tecnificação de todas as atividades".[30]

Os pensadores em foco não contestavam esse fato, mas lhe deram uma nova avaliação, como de resto queria aquele filósofo. A desintegração das tradições significava para eles o surgimento de uma nova sensibilidade para com a realidade imediata. O cotidiano da vida moderna sem dúvida se tornou mais pobre com a partida dos santos; os homens foram privados dos conteúdos religiosos com os quais preenchiam suas almas e dotavam-se de conteúdo.

Paralelamente, porém, esta mutação engendrou novas perspectivas de subjetivação. Revisando os juízos dos primeiros críticos da cultura, os pensadores entenderam seu tempo antes de mais nada como um período de transição. O capitalismo e a técnica criaram uma sociedade de massas, mas isso não tem só um sentido negativo, como diziam em atitude defensiva os intelectuais conservadores: traziam consigo uma série de possibilidades de transformação da vida do homem em sociedade.

Kracauer, Benjamin e Bloch, convém deixar claro, não eram otimistas ingênuos; todos eles sabiam que a técnica moderna

---

[29] ADORNO, T. *Notes to Literature II*. Nova York: Columbia University Press, 1992, p. 213. Doravante, a obra será citada, no corpo do texto, como *Literatura II*.

[30] KRACAUER, S. *The mass ornament*. Cambridge (MA): Harvard Univ. Press, 1995, p. 69. Doravante, a coletânea será citada, no corpo do texto, como *Mass ornament*.

produziu novos banhos de sangue e notaram com pesar as perdas irreparáveis que representa para a experiência humana o desencantamento da realidade, "a desintegração da aura na experiência do choque", como dizia Benjamin.[31] A subjetividade tende a se desintegrar em uma época na qual os utensílios, a economia, o esporte, a escolástica, a gíria, as pessoas e tudo o mais existem como sensações, misturam-se em desordem e vão e vêm como se fossem um fluxo de imagens. Bloch, sobretudo, sempre sublinhou a artificialidade da técnica e a hediondez da máquina, surgidas e "deformadas pelo mundo burguês onde nasceram".[32]

A racionalização da vida social, embora positiva, tende a evacuar a experiência de sentido, reduzindo-a à vivência do momento, às sensações estéticas imediatas. A experiência [*Erfahrung*] e o sentido são categorias ligadas à narração, ao hábito de contar estórias, mantido por uma comunidade. A modernidade provoca sua ruptura e atrofia, através de uma série de *shocks*, produzidos pelo processo de trabalho fabril, o contato com as multidões urbanas e a necessidade que essas têm de novas formas de comunicação.

Os pensadores em juízo reconheceram que "nos choques do novo ambiente urbano massivo, [...] o aparelho perceptivo humano se vê bombardeado de maneira continua com sensações e estímulos que já não pode integrar de maneira coerente".[33] As estruturas narrativas são quebradas pela informação e, essa, pelas sensações imediatas que provoca na massa atomizada, sucessora das velhas coletividades. Entretanto, defendiam a idéia de que era inútil continuar pensando com as categorias de uma era pas-

---

[31] BENJAMIN, W. *Obras escolhidas* [3 v.]. São Paulo: Brasiliense, 1985/1987, v. I, p. 145. Doravante, os livros serão citados no corpo do texto, indicando-se o volume, como *Obras*. Importantes e originais obras sobre a reflexão benjaminiana sobre a cultura mercantil na era da técnica são Susan Buck-Morss: *Dialetics of seeing*. Cambridge (MA): MIT Pres, 1989; Willy Bolle: *Fisionomia da metrópole moderna*. São Paulo: Edusp, 1994; Katia Muricy: *Alegorias da dialética*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999; Esther Leslie: *Walter Benjamin*. Londres: Pluto, 2000; Graeme Gilloch: *Walter Benjamin*. Cambridge (UK): Polity Press, 2002.

[32] Cf. JÜRGEN HABERMAS: *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1980, p. 163. Ernst Bloch: *Heritage of our time*. Cambridge (MA): MIT Press, 1990. A argumentação levada a cabo nestas páginas passa por alto as diferenças de opinião existentes entre os autores citados, procurando, ao invés, enfatizar seus pontos de convergência para, então, confrontá-los com as idéias de Theodor Adorno.

[33] LUNN, E. *Marxismo y modernismo*. México (DF): FCE, 1986, p. 195.

sada. Esperançosos de que o advento da nova cultura também fosse sinal de uma mudança nas relações sociais vigentes, acreditavam que desse processo também poderia resultar uma revolução da sociedade.

Para eles, a reprodutibilidade da obra de arte e a massificação da sociedade, em condições de vida cada vez mais tecnificadas, permitem antever o fim da separação entre vida e arte e, portanto, uma nova era para a humanidade. Eles entenderam os fenômenos de massa recém-surgidos como expressões de uma cultura deformada pelo poderio econômico, mas também viram neles um potencial de libertação. A cultura de massa que estava se gestando era portadora de bons auspícios, não de desespero. As técnicas estavam criando novas formas de expressão, cujo sentido principal era político.

Falando de maneira geral, progressistas como eles defendiam a hipótese de que elas poderiam ser ao mesmo tempo resquício mitológico e prenúncio de uma vida realmente humana, distorções aberrantes tanto quanto sinal de futuras conquistas da civilização. Fenômenos como esses poderiam adquirir sentido à medida que as pessoas começassem elas mesmas a procurar ir além das novas regiões conquistadas. A massificação era, para eles, um processo sem volta, portador de um potencial emancipatório.

As tecnologias mais modernas se articulam com uma série de elementos culturais com que não têm sincronia, por provirem do passado, formando uma mistura contraditória, cujo sentido, reacionário ou explosivo, depende da maneira como é trabalhada pela consciência política. Os elementos irracionais com os quais se mistifica a técnica, tanto quanto a repressão racional dos impulsos utópicos, podem ser superados por uma prática progressista. Inclusive Ernst Bloch acreditava que, libertada das cadeias míticas tanto quanto de suas fantasias intrínsecas, a técnica poderia vir, no limite, a se tornar uma mediação formadora de um novo sujeito, de uma nova relação entre os homens e os processos naturais.

Benjamin seguiu essas intuições ao analisar o processo conjugado de declínio da aura da obra de arte e surgimento da obra de arte tecnológica. Conforme relata, os fenômenos artísticos herdaram dos domínios religioso e civil, dos quais derivaram,

uma dimensão de culto – a chamada aura, ligada à sua originalidade enquanto campo de experiência. As tecnologias de reprodução que se desenvolveram a partir do século passado levaram à perda dessa aura que cercava as obras de arte. A cultura burguesa tinha um sentido elitista e reacionário: seu declínio tem um significado progressista. Através das novas técnicas os homens dão um passo adiante em seu processo de libertação da mitologia.

Na modernidade avançada verifica-se de fato que a narrativa se encontra em declínio perante a informação, e as artes plásticas perderam o poder diante as diversas formas de fotografia. Por um lado, a necessidade de passar e obter informações sobre acontecimentos próximos tirou o interesse da arte de narrar (*Obras*, v. I, p. 202).[34] De outro tornou-se mais fácil entender as obras de arte através da cópia em imagem do que no contato com a realidade (idem, p. 104).

As comunidades de eleitos que se constituíam através de uma e de outra também estão se extinguindo, e o motivo é fácil de entender: perante seus sucedâneos, todos são especialistas. O cinema, o rádio e outros meios não têm sentido ritual nem se prestam a nenhum tipo de culto. Cada vez mais são parte da vida diária das modernas massas urbanas, criadas com a evolução das forças produtivas.

Conforme relata o filósofo, as técnicas de reprodução surgiram ainda no mundo antigo. Os gregos conheciam o relevo por pressão e a fundição de metais. Posteriormente, foi inventada a xilogravura e se descobriram processos similares, que permitiram multiplicar manualmente o número de cópias de uma obra original. A primeira revolução aconteceu com a invenção da imprensa no século XV. A segunda e mais importante ocorreu com as descobertas do fonógrafo e da fotografia, base da subseqüente indústria cinematográfica.

---

[34] "A narração se opõe à informação. A imprensa está interessada na informação pura, que não deriva de nenhuma experiência, nem se endereça à experiência do leitor. O caráter efêmero das notícias as impede de serem incorporadas à tradição, e as próprias características técnicas da informação – novidade, concisão, inteligibilidade, falta de qualquer inter-relação entre as diferentes notícias – contribuem para que ela se mantenha alheia à esfera da experiência" (Sérgio Paulo Rouanet: *Édipo e o anjo.* Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1981, p. 50).

> Com o século XX, as técnicas de reprodução atingiram um tal nível que estão agora em todas as condições não só de se aplicarem a todas as obras de arte do passado e de modificarem profundamente seus modos de influência como também de que elas mesmas se imponham como novas formas de arte.[35]

A revolução que tem lugar assim é o principal elemento responsável pela perda da aura das obras de arte. No princípio, a fotografia e o disco colocam a pintura e a música auráticas próximas das pessoas. Permitem que elas sejam apropriadas como qualquer outra coisa, deslocando-as do terreno da devoção para o da distração cotidiana. Finalmente, ensejam o surgimento de expressões artísticas cujo fim é a própria reprodução, como é o caso do filme e da radionovela, para citar apenas dois exemplos. O fundamental aqui, porém, não é essa evolução, mas entender suas motivações históricas.

As tecnologias de reprodução, noutros termos, são expressão do caráter de massas do qual vão se revestindo as forças produtivas da sociedade, do aparecimento de uma audiência atomizada e cosmopolita. As pessoas mais e mais se unem como sujeitos que compram e vendem. As massas desejam se aproximar e apropriar das coisas em sua realidade imediata. As técnicas de reprodução são uma forma de viabilizar isso, porque correspondem de perto à reprodução das massas.

> [O declínio da aura] deriva de duas circunstâncias, estreitamente ligadas à crescente difusão e intensidade dos movimentos de massas. Fazer as coisas *ficarem mais próximas* é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reprodutibilidade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, de tão perto quanto possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução (*Obras*, v. I, p. 170).

Categoria estética central que emerge nesse contexto é a de reprodução. As manifestações artísticas tradicionais via de regra serviam a algum tipo de culto. As reproduções têm um valor de exposição. O primeiro sentido a que elas chamam é a percepção.

---

[35] BENJAMIN, W. "A obra de arte na era de suas técnicas de reprodução" [1936]. In: Luis Costa Lima (org.): *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978, p. 212.

As massas não examinam o material que lhes chega assim: elas procedem ao que o autor chamou de teste.

No teatro, por exemplo, a relação do público com a peça é mediada ou dá lugar a uma aura. As encenações representam sempre experiências únicas e originais entre os atores e a assistência. Em contraponto, no cinema se estabelece uma espécie de relação tátil entre o filme e o público. Os espectadores só podem compreender as cenas exibidas na tela se levarem em conta a sucessão anterior, estipulada pelo projetor. O resultado é o contato com uma série de pequenos choques que têm um valor de teste, relacionam a fruição da experiência estética com a capacidade do sujeito adequar sua percepção aos princípios da aparelhagem tecnológica que a tudo engloba na sociedade.

A tecnificação da vida moderna provocada pelo capitalismo conduziu a uma superexcitação dos sentidos. Engendrou uma série de novas tensões, produzidas por todo o tipo de maquinismo. "O indivíduo está diariamente exposto aos choques da multidão, na qual tem que abrir seu caminho, com gestos convulsivos, como um esgrimista, distribuindo estocadas, como choques, sem os quais a cidade não seria transitável".[36]

Resumidamente, vivenciamos essa situação nos processos de trabalho e nos lugares públicos mas, também, recebendo novas notícias e em contato com os modismos, etc.: em todos os casos, verifica-se uma sucessão acelerada e brusca de sensações, que se impõe às pessoas como uma série de choques, potencialmente traumáticos para a experiência. "A técnica submeteu o sistema sensorial a um treinamento de natureza complexa" até chegar o dia em que, através dos meios, "a percepção sob a forma de choque se impôs como princípio formal" (*Obras*, v. III, p. 125).

Segundo Benjamin, a realidade vivida se torna cada vez mais complicada e desafiadora na era da técnica. O cinema, o rádio e a imprensa servem para exercitar o homem nas reações que lhe exige a nova forma de vida. Como as novelas policiais analisadas por Kracauer, as obras de arte que eles veiculam são uma maneira de o homem mediar sua relação com uma realidade dominada

[36] ROUANET, S.P. *Édipo e o anjo*, p. 46.

por poderes cegos e alienada de um sentido transcendente (*Obras*, v. I, p. 189).[37]

Benjamin desenvolve assim uma linha de raciocínio que converge em ampla medida com a leitura da cultura popular urbana que se encontra nos primeiros escritos de Kracauer. Também este associa a técnica moderna e o lazer industrial ao declínio da cultura burguesa e à formação de um novo tipo de experiência. Para ambos, os fenômenos são interfaces da ascensão das massas ao proscênio da sociedade. O capitalismo os controla e explora, mas seu sentido histórico é outro, sinaliza o surgimento de uma concepção de mundo através do qual o próprio modo de vida das massas passa a ser expressado para as massas.

Para Kracauer, a modernidade constitui uma era em que o homem se vê mais e mais privado de um sentido transcendente, mas ao mesmo tempo ocorre uma quebra da consciência mítica e se insinua uma nova relação do homem com a vida cotidiana. O racionalismo e a técnica destroem a plenitude de sentido do qual antes se revestia a existência. A população vai se tornando cada vez mais atomizada e sem fé, submetida a ocupações mecanizadas e rotineiras, criadoras de ansiedades e mal-estar, que não comportam mais um tratamento com os remédios transcendentes. Na atualidade, o trabalho e o lazer, a economia e a cultura, encontram-se num mesmo processo de racionalização.

Em *Die Angellstelten* (1930) e outros importantes ensaios anteriores, o pensador relata, todavia, que isso não é um processo apocalíptico. A esfera superior, os valores recuam, mas não se exaurem, refugiando-se em certas instâncias da própria realidade. O profano reveste-se do sagrado sob a forma da diversão. A vontade de escapar do cotidiano é cada vez mais buscada em esferas mundanas e condutas banais, nos divertimentos de massa, que assim se tornam uma das instâncias exemplares dos tempos modernos. As contradições vividas pelo homem comum de nossa

[37] "Benjamin transpôs vários procedimentos da experimentação teatral de Brecht para o novo meio do rádio", pretendendo com tanto "desenvolver uma forma nova e revolucionária de educação popular", na medida em que, "às simplificações do modelo educativo tradicional", o autor opunha "a experimentação organizada em função das necessidades do público" (Willy Bolle: *Fisionomia da metrópole moderna*, op. cit., p. 244-249).

época não encontram mais respaldo na religião, sendo resolvidas por um deslocamento de interesse do trabalho para o lazer, para o que chamou de *"sítios de prazer e diversão"*.[38]

Acompanhando os estudos de Weber, o pensador argumenta que o racionalismo moderno promoveu um desencantamento das condições de vida humana, libertando os homens das cadeias da natureza tanto quanto das várias formas de autoridade tradicional. Entretanto, a razão não chegou a completar o seu trabalho, travada por aquele que lhe serviu de veículo: o capitalismo. Progressista no sentido de que engendrou um nivelamento social jamais visto, colocando os homens mais ou menos na mesma situação social e espiritual, o processo também tem um conteúdo retrógrado, na medida em que os tornou parte de um mecanismo que realmente não controlam e, por isso, só pode ser visto como irracional.

Segundo ele, as tecnologias de reprodução que surgem em nossa época são expressões culturais de desenvolvimentos específicos da vida prática e material da sociedade, que devem ser vistas, por um lado como índices da presença política das massas na vida social e, por outro como "umas secreções do modo de produção capitalista" (*Mass ornament*, p. 61).

O comportamento das multidões nos espetáculos esportivos, os eventos turísticos, o fascínio pelas imagens, a procura pelas casas de diversão, etc. – segundo o pensador, todos esses fenômenos são aspectos da transformação do indivíduo em parte de um vasto mecanismo tecnológico promovida pelo capitalismo. Assim, as massas se oferecem como espetáculo para si mesmas, articula-se uma nova forma de coletividade, que não se organiza de acordo com os laços da comunidade e onde não mais estão em foco conceitos como cultura e personalidade, como fora o caso durante a era burguesa.

---

[38] KRACAUER, S. *The salaried masses*. Londres: Verso, 1998, p 91. Relativamente a Kracauer, as observações seguintes limitam-se a seus escritos até antes da época de redação de *Jacques Offenbach und das Paris seiner Zeit*, 1937 (trad. fr.: Paris: La Promenade, 1992). Cf. Gertrud Koch: *Siegfried Kracauer, an introduction* (Princeton [NJ]: Princeton University Press, 2000) e Dagmar Barnouw: *Critical realism: history, photography and the world of Siegfried Krakauer* (Baltimore: Johns Hopkins Univ. Press, 1994).

O significado desse processo, todavia, não deve ser reduzido à perda do conteúdo espiritual e à entrega das massas a um modo de vida cada vez mais primário e mecanizado. As experiências culturais que as massas consomem mais e mais para combater a desolação interior provocada pelo moderno modo de vida urbano seriam ambivalentes, na medida em que se, por um lado, aclimatam-nas de um modo ou de outro ao deserto de concreto, por outro sinalizam materialmente a chegada de um tempo em que não estarão mais sob o jugo da luta pela sobrevivência numa sociedade maquinizada.

Os entretenimentos de massas que as novas técnicas viabilizam têm também um sentido estético e um conteúdo emancipatório porque, apesar de fazê-lo de forma primária, pobre e cega, marcada por um profundo vazio, não apenas permitem às massas, pela primeira vez, desfrutarem de si mesmas como possibilitam que elas se vejam como tais, isto é, virtuais sujeitos da história. "A exagerada importância conferida aos esportes" possui um sentido evasivo, mas também pode expressar uma vontade dos oprimidos em assumir seu próprio destino e "o anseio revolucionário das massas por uma legislação natural capaz de se erguer contra os desastres causados pela civilização".[39]

O racionalismo moderno produziu uma fragmentação das condições de existência que, na realidade, somente logra se articular de maneira mecânica. As tecnologias de reprodução servem de corretivo dessa situação. Através delas

> a natureza que foi desintegrada em seus elementos é oferecida como imagem a uma consciência que pode lidar com elas como quiser, [...] estabelecer a provisoriedade de todas as configurações existentes e, quem sabe, esboçar os contornos de como o inventário da natureza deveria ser estabelecido doravante (*Mass ornament*, p. 62).

O capitalismo difundiu uma maneira de agir que desintegra as cosmovisões tradicionais tanto quanto seus sucedâneos artísticos e literários, criados pela cultura burguesa. Entretanto, também esses tinham um caráter mistificador, encobriam das massas

[39] KRACAUER, S. *The salaried masses*, p. 95.

a verdadeira natureza da sociedade. As tecnologias de reprodução não somente colaboram nesse processo como permitem a elas preencher o vazio em que foram lançadas, pois "elevam a distração ao nível da cultura" (idem, p. 324).

A cultura burguesa era uma espécie de mito, continha promessas irrealizáveis que, mais tarde, tornaram-se irrealistas. Os lazeres industriais, ao contrário, constituem uma experiência imediata, totalmente legítima, através da qual as massas encontram sua própria maneira de expressão e compensam a perda de sentido imposta pela civilização.

Destarte, Kracauer e Benjamin, sobretudo, "converteram o culto da distração professado pelas massas à condição de força de produção estética".[40] Para eles, o significado revolucionário de seus aparatos provém da referida circunstância, na medida em que, por meio deles, as massas adquirem o poder de ver o seu próprio rosto e mostrar-se ao mesmo tempo como sujeitos sociais e fontes de prazer estético. "Não importa o quão baixo julguemos o valor dos ornamentos de massa, seu grau de realidade é ainda maior do que aquelas produções artísticas burguesas, que cultivam sentimentos nobres e fora de moda em formas obsoletas" (*Mass ornament*, p. 79).

Vazias de sentido histórico, as mercadorias culturais iludem os homens e encobrem o modo mecânico como funciona esse sistema, mas ao mesmo tempo ensejam o surgimento de diversões que não podem deixar de refletir o caráter profano e imediato, potencialmente progressivo, do modo de vida massivo surgido através do capitalismo. O capitalismo e a máquina privaram de sentido as categorias da cultura burguesa, projetando-nos em um mundo vazio e mecânico. Os lazeres de massa são uma forma que as ajuda a se libertar de sua mitologia, porque através deles a realidade se despe dos seus últimos vestígios sagrados. As fantasmagorias contêm, portanto, um sentido progressivo: "o público encontra a si mesmo em estado de externalidade pura; sua

---

[40] FRISBY, D. *Fragments of modernity*, p. 168. Cf. Helmut Schlüpmann: "Kracauers Writings of the 1920'S". In: *New German Critique* 40 (98-114) 1987. Cf. Miriam Hansen: "Decentric perspectives: Kracauer's early writings on film and mass culture". In: *New German Critique* 54 (47-76) 1991.

própria realidade é revelada nas formidáveis impressões sensoriais que se sucedem fragmentariamente" (idem, p. 326).

Permitindo pela primeira vez que ele enxergue a si mesmo como massa, os espetáculos de massas descortinam a possibilidade de que esse público tome a condução da vida sob suas mãos, ao invés de servir a um mecanismo embrutecedor e mesquinho, que se conduz de maneira caótica e sem o seu controle. "Quanto maior é o número de pessoas que percebem a si mesmas como massa mais rápido as massas vão desenvolver seus poderes de maneira produtiva nos domínios cultural e espiritual dignos de seu financiamento" (idem, p. 325).

O problema todo consistia para eles em saber que prazer iriam se dar as massas, porque se, por um lado a situação era propícia para uma mudança progressiva, por outro lado os autores não eram cegos ao crescente emprego dos meios com objetivos reacionários. O potencial político contido nas novas formas de arte poderia ser reduzido à simples estetização da política, conforme começava a se entrever com os movimentos totalitários. "O fascismo não apenas não suprime as massas (tarefa de resto impossível) mas, ao contrário, reforça de maneira decisiva sua condição de massas e, através de medidas adequadas, procura criar a impressão de que as massas foram reintegradas [numa comunidade], via uma combinação de terror e propaganda" (idem, p. 172-173).[41]

Ernst Bloch percebeu o ponto mais cedo, chamando a atenção para o fato de que o entretenimento a que as pessoas se devotam cada vez mais não aponta apenas para o futuro. Desde o final dos anos 1910, o filósofo dedicou-se a fazer uma leitura política da cultura, defendendo a hipótese de que podemos descobrir os prenúncios do socialismo nos resíduos do passado com os quais cada época tem de se entender. Contraditoriamente, o contemporâneo convive com o que não o é: necessidades, experiências, sentimentos e costumes herdados de períodos anteriores e

[41] Walter Benjamin tinha o mesmo entendimento: "A propaganda fascista precisa penetrar na vida social por inteiro. A arte fascista, portanto, não é executada apenas *para* as massas mas também *pelas* massas" (Willy Bolle, *Fisiognomia da metrópole moderna*, p. 227).

que colidem com sua tendência histórica progressiva. A técnica mais moderna não se move com plena autonomia, porque está em tensão com os resíduos mentais mais ancestrais e arcaicos.

Na sociedade capitalista, acontece que o extemporâneo constituído pelos elementos oriundos das formas de vida ainda não liquidadas pelo progresso, mentalidade, hábitos e costumes, é apropriado pelo poder econômico e posto à disposição das massas urbanas como mercadoria. As fantasias arcaicas servem de compensação para uma maquinização cada vez mais insuportável do contemporâneo. O entretenimento é um dos principais exemplos disso, entrelaçando passado e presente, mito e tecnologia, como no jazz, onde "o ritmo das máquinas introduz o tambor africano".[42]

A racionalização tecnológica e o conseqüente desencantamento da vida social que tem lugar em nosso tempo podem se ocultar, ao invés de se revelar, nesse tipo de fenômeno, porque a técnica por si só não tem um poder emancipatório.

> A separação entre técnica e ideologia é esquemática e mecânica: ela ignora as relações existentes entre o progresso técnico e as transformações das formas de vida, das ideologias; e ignora igualmente o efeito de retroação destas formas de vida transformadas e das ideologias sobre os progressos da técnica.[43]

O pensador ressaltou que as formas de arte leve surgidas com o mercado moderno e, mais tarde, anexadas à ordem industrial, contêm, não menos do que os produtos da alta cultura, um potencial transcendente. As expressões simbólicas de um povo ou classe social não se esgotam nos interesses de seus criadores. O contexto social que os origina não as reduz à ideologia, na medida em que sua ressonância entre as camadas dominadas pressupõe que haja nelas algum ideal universal e emancipatório.

A crítica cultural que se contenta em demonstrar o conteúdo ideológico da produção cultural passa por alto um ponto essencial; isto é, o fato de que ela não pode ser separada de certos conteúdos ideais que escapam à reificação e, assim, projetam-se uto-

---

[42] BLOCH, E. "A arte e sua herança". In: – *Debate sobre o expressionismo*, p. 237. O pensador, parece, não cogitou a hipótese de a técnica vir a se tornar ideologia.

[43] Ernst Bloch apud Machado, C. *Debate sobre o expressionismo*, p. 68.

picamente em direção ao futuro. As considerações históricas e sociológicas sobre as origens materiais das idéias e representações não basta para dar conta delas. O verdadeiro crítico é o que procura descobrir o seu potencial transcendente em relação à situação social e histórica, o que "encoraja-nos a procurar pelos conteúdos progressivos e emancipatórios dos artefatos culturais, mais do que os meramente ideológicos e mistificadores".[44]

No ofício da crítica, convém pois não esquecer de pesquisar as potencialidades transcendentes e possibilidades não-realizadas presentes nos bens simbólicos, porque são nelas que se acham as energias necessárias para buscar a boa sociedade. Em virtude de não se adequarem totalmente à realidade vivida, as representações artísticas e literárias de todos os níveis contêm, além do caráter ideológico, um sentido radical utópico.

Bloch procurou levar a sério a cultura como um todo, contestando sua reificação em termos de erudita e popular: os contos de fadas, vitrines comerciais, devaneios diurnos, roupas da moda, danças em voga e prédios de moradia são tão importantes quanto a filosofia, as ciências e as belas-artes. Nas palavras de Adorno, a simpatia do autor pela literatura popular e outras manifestações do gênero "têm suas raízes sistemáticas, se é possível usar esse termo, em sua cumplicidade com as camadas inferiores, no sentido ao mesmo tempo do que não têm forma material e daqueles que têm de suportar o peso da sociedade", embora daí não se devesse concluir que "o estrato superior – a cultura, a forma, que ele chamava de *pólis* – parece-se-lhe inevitavelmente envolvida com o mito, a opressão, a dominação".[45]

Segundo Bloch, seja numa, seja na outra dimensão, sempre há momentos emancipatórios, que projetam visões de uma vida melhor e que põem em questão a ordem social estabelecida. No capitalismo, os lazeres populares, matéria que nos interessa, significam reprodução da força de trabalho: as relações mercantis

---

[44] KELLNER, D. "Ernst Bloch, utopia and ideology critique". In: *Illuminations: Critical Cultural Resources* (www.uta.edu/ huma/ illuminations) p. 2. Stephen Bronner: *Da teoria crítica e seus teóricos*. Campinas: Papirus, 1997, p. 86-87.

[45] ADORNO, T. *Notes to Literature I*. Nova York: Columbia University Press, 1991, p. 206. Doravante citado no texto como *Literatura* I.

continuam a se fazer presentes após o expediente, quando o homem relaxa e pensa que está livre da rotina produtiva e empresarial. A literatura, esportes, música e filmes com os quais os empregados se divertem possuem um sentido ideológico, porque contêm, sublimados, os princípios competitivos da economia de mercado de onde tiram seu sustento, e os prazeres que eventualmente extraem deles "representam um sucedâneo do que não têm como obter na luta pela sobrevivência".[46]

Os fenômenos, todavia, não se resumem a isso: veiculam ainda uma série de sonhos e esquemas que, subterraneamente, conectam-se com o sujeito vivo e, portanto, com as forças que impõem limite à reificação. Os indivíduos consomem os bens mercantis não só porque se deixaram reificar mas, também, para tentar criar um modo de vida mais humano, para tentar desenvolver uma outra identidade. As fantasmagorias culturais também podem ser vistas pois como formas mediante as quais eles procuram transcender as misérias da vida cotidiana e, no limite, entendidas como "sucedâneos imaturos, porém honestos, da Revolução" (*Principle*, v. I. p. 364-368).

Bloch trabalha por essa via com uma distinção depois retomada por Adorno, a distinção entre os fenômenos de cultura popular e os de indústria cultural, entre, por exemplo, a experiência utópica que representaria a viagem a lugares distantes em comparação com aquela corrompida e estereotipada que representaria a do turismo industrializado. Outro exemplo encontrar-se-ia no contraste entre os livros best-sellers e o gênero de leitura popular que ele chama de *colportage*.

> Os primeiros oferecem a promessa sempre frustrada de felicidade dentro das estruturas capitalistas, seja na forma das matérias sobre *como fazer sucesso* seja através da evocação ficcional das histórias sobre como subir na vida. [...] A literatura de *colportage*, ao contrário, compreende as estórias de aventura e os contos miraculosos

[46] BLOCH, E. *The principle of hope*. Cambridge (MA): MIT Press, 1986, v. I, p. 148-149, v. II, p. 905. Doravante, a obra será citada, no corpo do texto, pelo volume, como *Principle*.

e sobrenaturais [...] possuindo uma carga utópica fundada no imaginário popular.[47]

O reconhecimento do ponto não deveria nos fazer esquecer, porém, que esses elementos podem ser empregados em vários sentidos, além dos que possuem no presente, para não falar das empresas que sonham com sua completa racionalização. As formas culturais são maleáveis. As potencialidades transcendentes contidas no patrimônio cultural podem ser voltadas para o futuro tanto quanto para o passado. Os passatempos culturais, tecnológicos ou não, precisam ser vistos pois com menos expectativa e mais reserva crítica, que o autor nem sempre soube conservar, porque, deles, pode sair a arte do futuro tanto quanto o kitsch industrial capitalista.

A possibilidade desse último caminho foi comprovada, aliás, com a ascensão do fascismo, responsável pela exploração de uma forma de falsa consciência específica, que nasce do culto ao primitivo e se expressa através da arte leve reacionária. A explosão do irracional que ele promoveu teve um sentido utópico, teve sucesso, porque seus líderes souberam manejar as esperanças que as pessoas punham em conquistar certos bens postos de lado pela economia moderna, como abrigo, segurança e comunidade.

O fascismo cultivou certas fantasias imemoriais logrando combinar o lamento para com o mundo moderno com a promoção de um passado tribal e hierárquico e a asserção de valores humanos decentes e autênticos, baseados no sangue, na terra e no trabalho. A nostalgia reacionária que ele soube articular com a ajuda da técnica moderna, nem sempre bem captada pelo pensador, acabou valendo como alternativa para os descontentes com as incertezas e perigos vividos no presente.

Dessa forma, o movimento conseguiu manter sob controle a sensação de vazio e abandono à própria sorte sentido por vários grupos com a conversão do kitsch em mito tecnológico. A propaganda irracional de que lançou mão não era separável da exploração racional do passado mítico e a criação industrial de uma

---

[47] GEOGEHAN, V. *Ernst Bloch*. Londres: Routledge, 1996, p. 58.

espécie de simbolismo utópico, como o filósofo procurou mostrar em *Erbschaft dieser Zeit* (1934).

Na década de 1930, tornou-se, de todo modo, claro para os autores em juízo que a falência da cultura burguesa também podia ser explorada de maneira regressiva. As técnicas modernas igualmente se prestavam à criação de um culto às massas pelas massas, cujo sentido nada tinha de revolucionário. O fascismo poderia "organizar as massas proletárias recém-surgidas sem alterar as relações de produção e a propriedade que tais massas tendem a abolir. Ele vê sua salvação no fato de permitir às massas a expressão de sua natureza, mas certamente não a dos seus direitos [...] conservando as relações de produção através de uma política que converge para a guerra" (Walter Benjamin: *Obras*, v. I, p. 194-195).

As tecnologias modernas conferiram às massas o poder de elaborar sua imagem e destino de acordo com sua vontade, mas isso não passa a ato sem problema. As potencialidades contidas nelas, embora inerentes, não tinham nenhuma teleologia. Os indivíduos bem poderiam continuar deixando o capital gerindo essa tarefa, quando não oferecer-se em holocausto aos movimentos totalitários. O espetáculo de sua própria destruição através da guerra não era uma hipótese descartável, como ficou provado pouco depois, com a II Guerra Mundial.

A recordação é importante para livrar os pensadores da imagem de simples entusiastas da cultura popular urbana e crentes no poder de redenção das novas tecnologias maquinísticas.

Ernst Bloch, sobretudo, sempre foi reticente quanto às suas potencialidades, seja no campo da música, seja no campo da arquitetura. Para ele, o espírito tecnológico fomentado pelo capitalismo impunha o "silêncio às musas". A máquina é expressão de uma era carregada de horrores e promessas, que só em parte enseja a formação de uma figura utópica integradora. A liberação do tradicionalismo proposta por meio dela "provocara uma série de prejuízos para os corpos, as vidas, a paz e a natureza, que não se deve apenas ao fato da tecnologia ainda ser mal administrada".[48]

---

[48] BLOCH, E. *The Utopian function of art and Literature*. Cambridge (MA): MIT Press, 1988, p. 202.

Já Benjamin e Kracauer, embora não menos cautelosos, principalmente nos escritos tardios, manifestaram mais esperança em relação à matéria, vendo com olhos mais simpáticos do que seu amigo a expropriação e socialização dos sentidos humanos promovidas pelas técnicas de reprodução da arte. A modernidade significava para eles a superação da velha cultura burguesa e – considerando essa situação uma fatalidade – acreditaram na idéia de que a cultura do futuro nasceria de um trabalho com – e não contra – a tecnologia. Em última instância, portanto, foram "otimistas a respeito das implicações políticas do declínio da aura tradicional que rodeava a obra de arte e celebraram sua reunificação com o mundo da vida".[49]

---

[49] JAY, M. *Socialismo fin-de siècle*. Buenos Aires: Nueva Vision, 1990, p. 111. Eugene Lunn matiza melhor o conjunto observando que esse "contém as antinomias de uma postura ambivalente". Sobretudo nos últimos escritos de Benjamin, cumpre notar a "acentuação, alentada pela tendência dos eventos históricos, da corrente melancólica e pessimista que sempre lhe foi presente" (*Marxismo y modernismo*, p. 196).

3

Perspectivas da concepção adorniana

Segundo Adorno e Horkheimer, a construção do saber constitui um processo dialético, que se baseia na crítica dos juízos e idéias que o próprio objeto de estudo, o processo social em foco, enseja historicamente. O conhecimento deve ser elaborado seguindo a orientação de uma reflexão crítica sobre o conteúdo de verdade e os limites de sentido do fenômeno. A crítica da indústria cultural proposta pelo primeiro autor obedece, cremos, a esse princípio, visto os problemas que ela se dispõe a tratar serem assimilados através de uma discussão com os teóricos referidos no capítulo anterior, importantes pensadores e amigos de Adorno.[1]

Neste capítulo, trata-se de reconstruir a réplica adorniana, crítica e dialética, às teses progressistas sobre a fortuna da arte na era da cultura tecnológica para, em seguida, situá-la em seu entendimento do processo civilizatório e da dialética do esclarecimento.

3.1 Réplicas à visão progressista

Conforme disse Adorno, Kracauer ensinou-lhe os métodos de estudo e levantou muitas das questões das quais ele se ocuparia mais tarde. Sobretudo, "foi um dos primeiros de nós a reto-

---

[1] Stefan Müller-Doohm tem, entre outros, o mérito de lembrar também os conflitos idiossincráticos que permeavam as relações entre esses personagens todos. Cf. *Adorno, une biographie*. Paris: Gallimard, 2004.

mar seriamente a análise dos problemas do esclarecimento".[2] Ernst Bloch transmitiu-lhe a consciência de que a técnica mais moderna pode ensejar o surgimento do kitsch industrial mas, também, a idéia de que a cultura dominante não é a única chave de leitura da história. Bloch entrou "em contato com as profundezas inferiores, os elementos subculturais, com os refugos confessos, nos quais ele, enquanto expoente tardio do esclarecimento antimitológico, supunha que a salvação podia ser encontrada" (*Literatura II*, p. 202).

Benjamin, por sua vez, sugeriu ao grupo a hipótese de que o capitalismo não pode passar por alto o fato de que os fenômenos sociais se revestem de imagens e, portanto, pode ser entendido através de sua fantasmagoria. A mercadoria é geradora de uma série de vivências, através das quais o poderio tecnológico da sociedade é apresentado como mito capaz de, por si mesmo, engendrar o futuro dessa sociedade. A exposição das mesmas através das vitrines, feiras, filmes, modismos, revistas e outras fontes de imagens representa um momento em que o valor de troca revela sua "dimensão fantasmagórica". Isto é, o processo econômico assume a forma de "festas populares capitalistas, através das quais o entretenimento de massa se torna ele próprio um grande negócio".[3]

Promovidas especialmente pela publicidade, "a artimanha com a qual o sonho se impôs à indústria", as fantasmagorias modernas são uma transfiguração do valor de troca da mercadoria, através da qual os homens se entregam aos prazeres industriais, vivenciam suas fantasias por procuração e se permitem desfrutar de sua própria alienação.[4]

Em conjunto, eles todos entendiam que uma das chaves para entender o presente consistia em decifrar socialmente os fenô-

---

[2] Cf. MARTIN JAY: "Adorno and Kracauer: Notes on a troubled friendship". In: *Salmagundi* 40 (42-66) 1978.

[3] BUCK-MORSS, S. *The Dialectics of seeing*, p. 86. Cf. Miriam Hansen: "Benjamin, cinema and experience". In: *New German Critique* 40 (179-224) 1987. Mateus Silva fornece elementos para comparar a visão do autor com a de Adorno em "Adorno e o cinema". In: *Novos Estudos Cebrap* 54 (114-126) 1999. Confira também Miriam Hansen, "Histories of Mice and Ducks: Benjamin and Adorno on Disney". In: *South Atlantic Quarterly* v. 92 (27-61) 1993.

[4] BENJAMIN, W. "Paris, Capital do século XIX". In: *Sociologia* (Org. de Flávio R. Köthe) São Paulo: Ática, 1985, p. 35-36.

menos contingentes da vida cultural. "A posição ocupada por uma época no processo histórico pode ser determinada de maneira mais notável através da análise de suas expressões menores e superficiais do que pelos juízos que faz acerca de si mesma" (*Mass ornament*, p. 75).

A totalidade não pode ser objeto de apreensão e análise, na medida em que só se manifesta em fragmentos. As expressões superficiais são a melhor via de acesso ao estado de coisas mais fundamental. Os fenômenos sociais se inscrevem em constelações históricas marcadas por todo o tipo de tensão e, portanto, têm vários aspectos, não podendo ser esgotados pelo pensamento. Interpretar consiste na habilidade de decifrar as expressões da cultura moderna como criptogramas da dominação e sinais do sentido adquirido pelo processo civilizatório.

Theodor Adorno separava-se deles em três pontos principais, relativamente à matéria que nos interessa. Primeiramente por defender uma atitude crítica, segundo a qual, na sociedade, "nada deve aceitar-se sem exame, só porque existe [ou] outrora valeu alguma coisa, mas também nada deve ser eliminado porque [sua época] passou: o tempo, por si só, não é nenhum critério" (*Estética*, p. 55). Em segundo lugar, sustentando que a explicação dos fenômenos sociais requer a idéia de mediação universal: o particular é cada vez mais de todo permeado pela forma mercadoria. Finalmente, postulando que o significado prospectivo desses fenômenos sociais deve ser confrontado com suas condições históricas de efetivação: o potencial contido na imagem não nos deve cegar para o modo como essa imagem funciona na atualidade.

Os pontos aparecem de maneira muito clara na réplica que sua crítica à indústria cultural oferece às idéias de seus companheiros. O filósofo concordava com seu juízo sobre quais eram os problemas em questão na cultura de mercado. Porém, recusava-se a aceitar todas as suas análises. Também para ele o declínio da aura, a rebelião das massas e as novas técnicas colocavam-se no centro da crise da cultura moderna. "Os fenômenos radiofônicos são índices de tendências mais abrangentes: da decadência das obras tradicionais e da cultura musical validada pela sociedade."[5]

[5] ADORNO, T. *Il fido maestro sostituto*. Turim: Einaudi, 1969, p. 257.

A convicção que o movia era comum a de seus amigos, baseando-se na hipótese de que "a disponibilidade dos meios corresponde à disponibilidade da consciência e de que o presente estágio histórico em que se encontram as obras de arte requer em larga medida que elas sejam apresentadas mecanicamente".[6]

O significado das tecnologias de reprodução, admitia, era potencialmente progressivo e, secretamente, ele esperava que um dia não só elas, mas os maquinismos como um todo, se reconciliassem com os homens, produzindo um acontecimento de maior significação humana do que aquele que representaram os movimentos no sentido de destruição da máquina no tempo da I Revolução Industrial.[7]

Para Adorno, as possibilidades utópicas e emancipatórias são inerentes às forças tecnológicas do capitalismo avançado. A reprodução técnica das obras de arte sem dúvida pode ser fecunda em mudanças positivas na formação estética da humanidade. Nas tecnologias mais modernas, estão contidos em potência os recursos materiais de que os homens precisam para pôr fim aos monopólios da cultura e à própria idéia de classe ociosa (*Música*, p. 164-165).

Entretanto, ressaltava, precisamos observar que "os progressos técnicos – com os quais triunfa a indústria cultural – não podem ser analisados de maneira abstrata" (*Cinema*, p. 15). A reflexão crítica, entendia, não pode se deixar levar pelos aspectos do fenômeno que apontam para um futuro melhor, descuidando-se da maneira como ele pesa sobre o destino dos contemporâneos. O correto é, antes, o contrário. As referidas técnicas preci-

---

6 ADORNO, T. "The form of phonograph record" e "Opera and long-play record". In: *October* 55 (56-66) 1990. Confrontar os textos com *Musica y tecnica hoy* (Kosta Axelos et alli: *El arte en la socied industrial*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1973).

7 "Ao desenvolver suas aptidões especiais, os portadores do progresso técnico, hoje ainda mecânicos especializados, atingirão o ponto, já indicado pela tecnologia, em que a especialização se torna supérflua. Uma vez convertida sua consciência em meios puros [sic], sem nenhuma restrição, ela poderá deixar de ser um meio e, com seu apego aos objetos particulares, romper a última barreira da heteronomia, sua derradeira prisão na armadilha da situação existente, o derradeiro fetichismo do status quo, inclusive o de seu próprio eu, que se desfaz em sua implementação radical como instrumento. Tomando fôlego, finalmente, ela poderá aperceber-se da incongruência entre seu desenvolvimento racional e a irracionalidade de seus fins, e agir em consonância com isso" (ADORNO, T. "Mensagens numa garrafa". In: Slavoj Zizek [Org.]: *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, p. 49).

sam ser entendidas histórica e socialmente, situando-as na totalidade histórica na qual está entrelaçado seu desenvolvimento.

Na ótica do autor, externada bastante cedo, os fenômenos de cultura de massa necessitam ser defendidos contra os que os desprezam mas, ao mesmo tempo, criticados perante seus advogados.

> Por um lado, precisamos abandonar a arrogância típica de quem entende a música séria e crê que se pode ignorar totalmente a única música consumida pela vasta maioria da população. O kitsch deve ser defendido e jogado contra todo o tipo de música medíocre que se quer elevada, contra os ideais apodrecidos da cultura, da personalidade, etc. Por outro lado, porém, precisamos evitar cair na tendência atualmente muito em moda [...] de simplesmente glorificar o kitsch e considerá-lo a verdadeira arte de nossa época, apenas porque desfruta de popularidade.[8]

Preocupado em expor as realidades regressivas do progresso – só em parte liberador, Adorno recusou-se a esposar uma visão de mundo "que assume uma *atitude positiva* em relação à técnica, com a ressalva de que se deve lhe dar sentido, [...] mas só serve para reforçar um trabalho moral afirmativo que, em si mesmo, é altamente questionável" (*Prismas*, p. 112).[9] A tecnologia maquinística, isoladamente, não é boa nem má – mas isso é um truísmo: a análise da mesma não pode ser separada das relações sociais em que surge, é manuseada e extrai significado. O fenômeno não existe de maneira abstrata, precisando ser avaliado antes de mais nada em sua efetivação histórica. Resumidamente, "não é possível encarar de forma separada os aspectos sociais, técnicos e artísticos [dos meios de comunicação]" (*Intervenções*, p. 63).[10]

---

[8] Theodor Adorno [1928] apud Thomas Levin: "For the record: Adorno on music in the age of its technological reproductibility". In: *October* 55 (23-47) 1990, p. 29.

[9] "Conservo sempre a sensação de que não se deve sair do negativo ou se passar ao positivo de forma muito rápida, se esse trabalho favorecer a não-verdade". Carta a Thomas Mann, 01/12/1952, *Il metodo del montaggio*. Milão: Archinto, 2003, p. 88.

[10] "Intimamente continuo crendo com certeza que [...] nossa época ainda possa encontrar expressão de tal tipo [positivo]", mas meu desejo consiste sobretudo em "perguntar se em toda essa problemática do positivo e do negativo não se aninha uma pseudoquestão, uma sobrevalorização abstrata, que perde de vista o coração do problema [do conhecimento]". Isto é, a verdade conforme a qual esse conhecimento só pode ser

A concepção do autor convergia com a proposição marcusiana, externada contemporaneamente, de que "a tecnologia em si mesma pode promover o autoritarismo tanto quanto a liberdade, a escassez tanto quanto a abundância, a extensão tanto quanto a supressão da labuta" e deve ser tratada, antes de mais nada, "como um processo social no qual a técnica em si mesma (isto é, os instrumentos técnicos da indústria, transporte, comunicação) é só um fator parcial. A pergunta pela influência ou efeito da tecnologia sobre os indivíduos não se coloca para nós porque eles são parte ou fator integral da tecnologia, não só como seres que inventam ou se servem da maquinaria mas, também, enquanto formadores de grupos sociais que dirigem sua aplicação e uso".[11]

Segundo Adorno, Kracauer e Benjamin praticaram um materialismo abstrato, ao mesmo tempo abusivo e insuficiente, porque não levavam em conta essa perspectiva. Para ambos, o significado histórico da arte muda de acordo com o caráter de seus meios técnicos de produção. As tecnologias de reprodução e os lazeres industriais são revolucionários porque seus mecanismos de produção têm um caráter coletivo, ambos são forças produtivas socializadas. O cinema e o rádio dependiam do capital apenas no tocante às relações de produção. Circunstancialmente estavam sendo usados com objetivos políticos e econômicos reacionários, mas isso de modo algum afetava o conteúdo progressivo que lhes era inerente. A capacidade de dominar os elementos da realidade de acordo com nossa vontade estava, segundo eles, contida na própria essência da técnica industrial moderna.

Acreditavam os autores que a fantasmagoria mercantil acabaria sendo desmanchada pelas massas com o progresso das técnicas de reprodução. As experiências que essas proporcionavam poderiam constituir um fermento revolucionário. Seguindo Brecht, viam com simpatia os procedimentos de expressão coletiva, onde havia pouco lugar para a expressão subjetiva individual. As multidões urbanas possuíam um potencial político idêntico ao do

alcançado mediante uma "intuição efetivamente madura [da realidade]". Carta a Thomas Mann, 1/12/1952, ibidem, p. 88-89.

[11] MARCUSE, H. "Some social implications of modern technology", p. 414. Kracauer veio a criticar Adorno anos mais tarde, acusando seu "excessivo formalismo, sua indiferença ao concreto e a arrogância desrespeitosa para com as contradições internas de sua posição" (Martin Jay: *Permanent exiles*, op. cit., p. 226).

proletariado do século anterior, porque agiam de maneira análoga aos trabalhadores da linha de montagem: ambos os grupos estavam condicionados para atuar de forma mecânica, a fim de se protegerem dos choques provocados pela civilização.[12]

Como dizia Bloch, "as promessas dos anúncios e da cultura de consumo costumam ser falsas e, em geral, criam falsas necessidades, contudo precisamos considerar que seu poder e onipresença revelam a profundidade das necessidades que o capitalismo explora e os desejos por uma outra vida que permeiam esse tipo de sociedade".[13] Destarte, embora pudessem haver verdadeiros holocaustos maquinísticos, o proletariado e as massas poderiam romper as formas míticas em que a técnica estava presa e transformá-la em "chave da felicidade". A experiência soviética era, para esses homens, prova de que a satisfação estética de massas – mistificada artificialmente pelo fascismo, continha um potencial revolucionário.

O significado imanente das transformações nas tecnologias de comunicação e forças produtivas estéticas era o desaparecimento da distância entre produção e recepção da arte, entre os homens e a humanidade. O capitalismo fragmentara a experiência e as condições de vida. As tecnologias de comunicação e os lazeres de massa poderiam ensejar uma nova síntese. Nesse dia, "a sociedade deixar[ia] de ser a mesma: a arte de massas desaparecer[ia] e a vida humana mesma assumir[ia] as características dessa arte folclórica que se expressa nas lendas, cara a cara com a verdade" (*Mass ornament*, p. 86).

Segundo Adorno, o supracitado desenvolvimento das forças produtivas não pode ser tomado dessa forma, muito acriticamente, na medida em que a relação da técnica com a ideologia não é artificial, mas socialmente necessária. O problema não está no mau uso da técnica, por hipótese artificialmente explorada pelos monopólios da cultura e o aparato político totalitário. Os resquícios míticos que as cercam não são impostos de fora para dentro à técnica, contando-se ao invés entre as motivações de seu próprio desenvolvimento. A repressão ideológica do caráter coletivo das novas técnicas pelo sistema do estrelato e a criação de novas

[12] LUNN, E. *Marxismo y modernismo*, p. 257.
[13] KELLNER, D. "Ernst Bloch, utopia and ideology critique", p. 8.

mitologias, por exemplo, não são simples tentativas de modelá-las segundo os conceitos putrefatos da cultura burguesa, como queriam Brecht, Kracauer e Benjamin.

Baseando-se nas hipóteses do último sobre o caráter por assim dizer epidérmico da recepção nas atuais condições de existência, o pensador elaborou o entendimento de que a leitura superficial e a assistência distraída são em si mesmas uma defesa contra as tentativas de influenciar por meio da mídia de que lança mão a sociedade capitalista. A transformação do sentido em ruído que tende a se esboçar desse modo é, como veremos, compensada com a assimilação mais ou menos mecânica de certos esquemas mais profundos, uma espécie de treino, que todavia possui, como esse deixou de ver, importantes implicações no processo de formação do sujeito requerido para a manutenção da ordem mercantil capitalista.

Os procedimentos todos são produto da exploração técnica e comercial de determinadas predisposições que surgem entre as massas em virtude da própria maneira como elas são criadas pelo modo de produção e o sistema econômico. A contraposição entre fantasmagoria mítica e técnica racional deve ser pensada dialeticamente. A primeira pode ser explorada de maneira técnica e a segunda pode se tornar motivo de crença, na medida em que mais e mais o fetichismo da mercadoria se expressa como fantasmagoria tecnológica.

Adorno sublinha que o problema não reside na técnica, não era ela a causa da crise da cultura, conforme pretendiam os críticos da cultura conservadores. O movimento da indústria cultural "não deve ser atribuído a nenhuma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual" (*Dialética*, p. 114).

Entretanto, também não desejavam proceder a uma extrapolação do historicamente realizável através da louvação abstrata do conteúdo democrático das novas tecnologias, professando o equívoco dos intelectuais progressistas. O desenvolvimento das forças produtivas deveria ser problematizado com atitude crítica, sob pena de, em não o fazendo, transformar-se em ideologia, favorecendo aqueles que exploram a indústria da cultura.

> A tecnificação enquanto tal pode servir à mais crua reação, assim que se torna fetiche e, em sua [pretendida] perfeição, proclama como realizada em si mesma a perfeição que falta à sociedade (*Dissonâncias*, p. 65).

Para o autor, não se trata de ser contra ou a favor da técnica, contra ou a favor da cultura, mas de entender sua dialética:

> [O espírito e a técnica] mantêm uma infinidade de relações e, se por um lado se contradizem mutuamente, por outro tendem a se assimilar, terminando por produzir-se reciprocamente. O desenvolvimento da técnica afeta o espírito, na mesma medida em que este afeta a escolha, a direção e a contenção dos processos técnicos. Destarte, contrapor inovações técnicas e reformas intelectuais, mudanças profundas e mudanças superficiais, é tão impossível quanto comparar as chamadas proposições *práticas* com as propostas ditas *utópicas*. [Inclusive] em um sistema petrificado e estacionário, a idéia mais sensata pode parecer pretensiosa e os bruscos progressos da técnica podem acercar-nos da mais fantástica fantasia (*Cinema*, p. 170).

Historicamente, a máquina é um fenômeno ambivalente, como mostra o próprio caso das comunicações. Adorno sabia que a mídia pode ser usada para o bem e o mal. "A técnica enquanto técnica não é boa nem má: provavelmente é boa", ele dizia. Os problemas e malefícios à máquina imputados derivam da maneira como é criada, apropriada e desenvolvida pela sociedade.

Estava claro, para ele, que é bom quando obras plásticas, literárias e musicais são tornadas acessíveis às massas, e que "brochuras esclarecidas e objetivas, a colaboração do rádio e do cinema, a elaboração dos resultados científicos para ensino nas escolas, poderiam ser medidas práticas de combate ao perigo da loucura totalitária" (*Temas*, p. 182).

Segundo Adorno, o planejamento das transmissões de televisão visando os pontos nevrálgicos das presentes condições de consciência e o emprego criativo de seus recursos "poderiam até mesmo abrir uma brecha na barreira do conformismo".[14]

---

[14] ADORNO, T. *Educação e emancipação* [1971]. São Paulo: Paz e Terra, 1995, p. 93; *Música*, p. 164. Empregar os recursos de comunicação alternativamente poderia ser "uma vacina contra a idiotia que provém de cada filme, de cada programa de televisão, de cada revista ilustrada [enquanto veículos da indústria cultural]", poderia ser "um fragmento de práxis transformadora do indivíduo contemporâneo" (Individuo e

Entretanto, o filósofo não desejava construir uma análise baseada nessas trivialidades, aceitáveis por qualquer pessoa de bom senso e visão esclarecida. O problema em foco não era esse. O ponto em questão era, antes, o fato de o potencial estético e cognitivo do rádio, do filme, da tv e outras mídias ter sido acorrentado às formas da economia política capitalista.

> O lamento sobre a situação atual é tão pouco frutífero quanto, ao contrário, dizer que o aspecto filológico-histórico proíbe sua salvação atualmente. O *reajuste aproximativo* é a única forma de questionamento possível existente hoje: o que será dos homens e de sua percepção estética pelo fato de estarem submetidos às condições do capitalismo monopolista ?[15]

Conforme sabemos hoje, Horkheimer e Adorno chegaram a discutir "os aspectos positivos da cultura de massa" nas "extensas seções" que ficaram de fora do texto de sua obra maior, *Dialética do Iluminismo*. Pode-se ler nestes trechos que, para eles, o engajamento político e ação social são algo deve ser buscado com todas as forças, sempre que não implique na traição da verdade.[16] Assumindo o risco de parecerem negativistas, o pensador em foco neste estudo chegou, porém, à conclusão de que a confiança no homem não se demonstra "acrescentando um parágrafo positivo" àqueles onde se mostraram os momentos sombrios do progresso mas, antes, usando suas eventuais idéias para proceder à análise crítica da modernidade.[17]

O pensamento crítico não deve ter função de consolo, elaborando de maneira equilibrada as características emancipatórias e criadoras com as características repressivas e destrutivas da civilização. O reconhecimento da revolução que, por exemplo, o disco trouxe para os ouvintes que desejam escutar e, mesmo, estu-

---

organizzazione. In: *La societá degli individui* v. 9 [3] 2000). Nos 1960, Adorno colaborou com a imprensa especializada e produziu uma série de programas de rádio sobre música, chegando mesmo a atuar como *disc-jockey* ("Schöne Stellen", Radio Estatal de Hesse, 1965).

15 Carta de Adorno a Benjamin, 01/02/1939 (*Correspondência*, p. 294).

16 Leo Lowenthal, colaborador do trabalho, escreveu nessa época que diversas expressões do fenômeno "representam utopias distorcidas do conceito de homem para o qual nos posicionamos de maneira afirmativa, porque reconhecem importância incondicional ao indivíduo existente, vivo e real, à dignidade e à felicidade" (apud Martin Jay: *Dialectical imagination*, p. 213).

17 WIGGERSHAUS, R. *The Frankfurt School*, p. 321-322.

dar música quando bem entenderem não precisa ser alardeado: é evidente. As comunicações todo-poderosas já têm defensores mais do que suficientes para apregoarem sua contribuição ao esclarecimento, carecendo, isso sim, de uma consciência crítica de seus próprios limites como momento através do qual a sociedade se reproduz e perpetua via a forma da mercadoria.

Benjamim respondeu às críticas de Adorno afirmando que as divergências entre ambos eram apenas aparentes. Segundo ele, enquanto um teria visto o momento negativo, o outro preferira deter-se no aspecto positivo de algo que, visto bem, era um mesmo processo. "Dizendo em termos muito gerais, parece-me que nossas investigações, como se fossem dois focos de luz, dirigem-se a um mesmo objeto a partir de dois lados opostos, dando a conhecer o perfil e a dimensão da arte atual de uma maneira totalmente inovadora".[18]

Para ele, os pontos fortes de um eram os fracos do outro e se ambos levassem em conta sua soma chegar-se-ia a uma visão mais plástica da história, poder-se-ía concretizar a mediação dialética entre as duas visões, a cuja indicação recomendar-se-ia em especial a película sonora hollywoodiana. O entendimento, todavia, é só parcialmente correto, porque embora seu interlocutor pudesse aceitá-la isso não livrava de prejuízo a hipótese que defendia, ou seja: a hipótese do conteúdo democrático e em si mesmo progressista das tecnologias de reprodução.

Para Adorno, o caráter coletivo do qual as forças produtivas se revestem em nosso tempo não pode ser considerado fora do contexto das relações sociais de produção e troca que se consolidam através da forma mercadoria. Baseado nisso é que duvidava que "a reprodução técnica de fato [pudesse dar] à pessoa o *a priori* do filme", isto é: pudesse fornecer uma apropriação crítica das suas condições de existência – conforme reclamava Benjamin.[19]

---

[18] Confira a correspondência de 30/06/1936 e de 09/12;1938 (*Correspondência*, p. 149 e 289).

[19] ADORNO, T. *Sobre Walter Benjamin*. Madri: Catedra, 1995, p. 143. Sabine Wilke defende o ponto de vista de Benjamin em "Torn halves of an integral freedom: Adorno's and Benjamin's readings of mass culture". In: Robert Roblin (editor): *The Aesthetics of the critical theorists*. Lewinston (NY): Edwin Mellen, 1990.

Segundo Adorno, a antítese entre obra de arte artesanal e obra de arte tecnológica de que seu colega e amigo se valia descuida de sua dialética. "O principal defeito de sua grandiosa teoria da reprodução é que as suas categorias bipolares não permitem distinguir entre a concepção de uma arte desideologizada até ao seu estrato fundamental e o abuso da racionalidade estética para a exploração e a dominação das massas: [nele] a alternativa só dificilmente é aflorada" (*Estética*, p. 71-72).

> Benjamin não tratou de quão profundamente várias de suas categorias postuladas para o cinema – valor de exposição, teste – estão comprometidas com o caráter de mercadoria, contra o qual sua teoria não obstante se volta (*Sociologia*, p. 104).

Entendia Adorno que o declínio da aura das obras de arte não significa a erradicação dessa aura do palco da sociedade. Os contrários podem se trocar no curso da história. A obra arte moderna é que se desestetiza, à medida que os produtos da indústria cultural vão se revestindo da aura que pertenceu às obras artesanais do passado. O conceito de obra aurática é devedor – embora não totalmente – do fetichismo do qual se reveste a obra de arte na era burguesa. O sucedâneo dessa aura na sociedade atual é o fetichismo da mercadoria cultural tecnológica.

Replicando a Benjamin, o pensador escreve que "o *valor de exposição*, que aí [na modernidade avançada] deve substituir o *valor cultural* aurático, [visto mais de perto] é uma imago do processo de troca" (*Estética*, p. 59). A capacidade de fazer experiências que se perde com a desintegração das tradições, seu pré-requisito, historicamente não deu lugar à reapropriação da vida social, mas à pseudocultura mercadológica.

> O fenômeno da aura descrito por Benjamin com uma negação nostálgica perverteu-se onde ele se aplica e deste modo simula; onde produtos, que após a produção e a reprodução se opõem ao hic et nunc, se baseiam na aparência de um tal hic et nunc, como é o caso do filme comercial (idem, p. 59).

A oposição entre as categorias de valor de troca e valor de culto precisa ser entendida de maneira dialética, na medida em que a relação entre as esferas antagônicas da arte séria e da arte média deve ser pensada incessantemente como mediação de uma

pela outra. Atualmente, o valor de culto das obras de arte, que parece ter se perdido, na verdade reaparece no culto profano dos bens de consumo. O conceito de aura tornou-se "um molho uniforme, que a indústria cultural deita ao mesmo tempo nos seus produtos e nos estímulos sensoriais individuais" (idem, p. 342).

Em contrapartida, as capacidades redentoras do cotidiano, que estavam associadas à aura das obras artesanais, passaram a fazer parte da experiência que os homens têm com a nova arte, na medida em que ela recusa a aura que passou a fazer parte do comércio cotidiano.

> Quanto mais a todo-poderosa indústria cultural invoca o princípio esclarecedor e o corrompe numa manipulação do humano, a fim de fazer prolongar o obscuro, tanto mais a arte opõe, ao onipotente estilo atual das luzes de néon, configurações dessa obscuridade que se quer eliminar e serve para esclarecer somente enquanto convence conscientemente o mundo, tão luminoso na aparência, de suas próprias trevas.[20]

Segundo Kracauer e Benjamin, o esclarecimento não se desviou de sua rota ao ensejar o aparecimento da cultura de massa, por mais que se possa ter nostalgia do passado. "O processo [histórico] conduz diretamente ao centro do ornamento de massas, e não para fora dele". A cultura burguesa tentou oferecer um sucedâneo das velhas imagens do mundo, mas pouco a pouco todos eles foram se tornando irreais, em função do caráter cada vez mais racional das suas condições de existência (cf. *Mass ornament*, p. 86).

Diversamente, Adorno distinguiu de maneira dialética entre modernidade e modernismo, época e atitude, considerando a pretensão de esgotar a primeira na segunda um caminho para a barbárie. Para ele, esse não era um meio de superar o caráter afirmativo da cultura e suas ligações com a dominação. Enquanto seus interlocutores viram nos lazeres urbanos uma maneira de conter o desenvolvimento das técnicas de reprodução, o pensador visualizou no racionalismo técnico moderno uma forma de retorno à mitologia. Através dele, os impulsos arcaicos não são recalcados mas, antes, liberados pelas mesmas forças que durante tanto

[20] ADORNO, T. *Filosofia da nova música*. São Paulo: Perspectiva, 1974, p. 22.

tempo os reprimiram para, a partir de então, fazê-las servir-lhes política e economicamente.

Como Ernst Bloch, Adorno viu que a consciência cotidiana no capitalismo é atravessada por elementos arcaicos pré-industriais que, se bem contêm desejos, anseios e fantasias cujo potencial pode transcender a estrutura social vigente, por outro lado possuem uma dinâmica que, conforme perceberam acertadamente os críticos culturais reacionários, não só é acionada pela técnica moderna como pode ser utilizada com finalidades conservadoras e antiiluministas.[21]

A concordância com a idéia blochiana de que "as promessas não cumpridas do passado e as fontes de consciência não aproveitadas do presente impedem toda negação absoluta da utopia do futuro"[22] precisa ser acompanhada, porém, da ressalva de que a esperança ou sonho de uma vida melhor, a cuja pesquisa o filósofo em questão dedicou sua carreira de pensador, não ocupa sempre a mesma posição na subjetividade.

Para Adorno, as possibilidades utópicas ainda não realizadas contidas nas variedades de arte leve que aquele analisou não podem ser estendidas sem ressalvas à prática da indústria cultural, como, mais mal do que bem, não passou despercebido ao próprio Bloch. "Kitsch" é a senha com que este se refere aos fenômenos que ele procurou conceituar e entender com sua crítica a essa prática.

Em *O Princípio da Esperança*, desse autor, a contestação política e estética está tão presente quanto o elogio da fantasia cotidiana e popular. Enquanto Hollywood – escreveu seu autor – é responsável pela transformação da fábrica de sonhos em fábrica de veneno, expulsando dos filmes os impulsos críticos que eles tiveram no princípio, a música popular da era do rádio não passa do uso do kitsch como estupefaciente ideológico, cujo objetivo último é formar uma legião de seguidores do capitalismo monopolista (v. I, p. 409-411).

No entendimento do filósofo da esperança, "a totalidade existente, o todo em latitude, é irredutível ao modo de produção,

---

21 Cf. OSWALD SPENGLER: *O homem e a técnica*. Porto Alegre: Globo, 1942. Jeffrey Herf: *O modernismo reacionário*. São Paulo: Ensaio, 1993.

22 BRONNER, S. *Da teoria crítica e seus teóricos*. Campinas: Papirus, 1997, p. 89.

enquanto conjunto de relações e funções homólogas possuidor de um centro de gravidade, [...porque...] ainda contém umas intuições explosivas do futuro, traços que figuram o ainda não realizado e minam as tendências dominantes na atualidade".[23]

Adorno nota, contudo, que esse poder é relativo: as projeções utópicas podem ser não apenas aprisionadas mas reificadas, ao passarem a depender das formas mercantis e burocráticas de controle e exploração. As condições para o aparecimento dos referidos traços não são constantes, variando de acordo com a época histórica. A capacidade que o cinema como técnica nos dá de visualizar o movimento social, de redimir a realidade concreta e estimular nossos sonhos utópicos, por exemplo, não pode ser separada do seu contexto social de inserção e, no limite, da possibilidade desses sonhos passarem a coincidir com as utopias do capital.

Ernst Bloch não logrou estabelecer de maneira legítima os limites de validade de seu conceito de utopia, pois não é claro em seus textos, ou então é óbvio na história, que os conteúdos utópicos predominam nos momentos de efervescência revolucionária, e os ideológicos nos momentos de declínio da ordem social dominante. Aparentemente, o filósofo empregou esse esquema de filosofia da história como fachada legitimadora das motivações pouco legítimas que o levaram a defender o realismo socialista como utópico, e a cultura de massa ocidental como ideológica em seus escritos do período intermediário.

Em virtude desse problema, a consideração do elemento utópico presente em seu pensamento tende a assumir um caráter abstrato, senão idealista (*Literatura II*, p. 205), semelhante àquela avaliação puramente formal da tecnologia que os frankfurtianos tanto criticaram. A positividade da existência é, por um lado, reduzida à esperança e projetada para um futuro distante, enquanto, de outro, torna-se passível de associação com todo o tipo de pesadelo histórico.

Segundo Adorno, a perspectiva precisa ser matizada da mesma forma como se deve matizar a questão dos aparatos técnicos. A modernidade é portadora de contradições que devem ser superadas, mas isso não quer dizer sua abolição, na medida em

---

[23] JAY, M. *Marxism and totality*, p. 187.

que, no seu modo ver, o conceito de cultura, se é para ser conservado no pensamento, o deve criticamente. O pensador também era da opinião de que, hoje em dia, é sem sentido procurar atingir uma forma superior de vida fora do mundo tecnológico. No entanto, opunha-se à idéia de que devemos pura e simplesmente aceitá-lo como fato consumado, sem empreender uma crítica radical e constante de seu processo de posição. A cultura não deve ser negada de maneira abstrata pela técnica nem pela utopia mas, sim, examinada sem ingenuidade, de acordo com sua situação histórica concreta, tendo em vista – antes de mais nada – os eventuais prejuízos que impõem ao sujeito vivo existente.

A seguinte passagem, embora extensa, merece ser citada por inteiro, considerando o quanto esclarece a perspectiva adorniana:

> A análise crítica da indústria da cultura não implica uma celebração romântica do passado. [...] As possibilidades que os dispositivos técnicos podem oferecer à arte no futuro são imprevisíveis, e até no filme mais detestável há momentos em que estas possibilidades irrompem de forma patente. [...] Entretanto, o mesmo princípio que deu vida às referidas possibilidades as mantêm sujeitas ao mundo do *big bussiness*. [Por isso], a análise da cultura de massa deve ter como objetivo mostrar a conexão existente entre o potencial estético da arte de massas em uma sociedade livre e seu caráter ideológico na sociedade atual (*Cinema*, p. 15).

Resumidamente, significa que, teoricamente, os fenômenos de indústria cultural não deveriam ser motivo de entusiasmo, mas matéria de análise crítica, orientada de acordo com a idéia de uma totalidade não integradora, nem abstraída da experiência pessoal, supostamente a única capaz de permitir o desenvolvimento da subjetividade ao mesmo tempo que a interação humana externa e individualizada.[24]

3.2 Cultura e barbárie tecnológica

Vista em esquema, a civilização é um processo históricouniversal que se opõe à selvageria e cujo sentido valorativo ima-

[24] LUNN, E. *Marxismo y modernismo*, p. 136.

nente, diferente conforme o estágio, é livrar os homens dos poderes naturais e permitir a sua realização como seres humanos. Modernamente, esse desígnio secreto da atividade social se converte no projeto mais ou menos consciente de desencantar o mundo, investindo os homens na condição de sujeitos. O conhecimento científico e a práxis material passam a ser entendidos como fundamento de um movimento emancipatório que deve levar à pacificação da existência e à conquista da autodeterminação.

Segundo Adorno e Horkheimer, o entendimento da indústria cultural em seu sentido e valor deve ser situado nesse processo – cujo curso eles exigem, porém, que vejamos com suspeita, assumindo-se uma atitude crítica, de maneira dialética, como uma marcha "que renova ao mesmo tempo a dominação e a perspectiva de seu abrandamento" (*Dialética*, p. 50). A modernidade nos promete o progresso geral da humanidade. A experiência histórica mostra, no entanto, que o esclarecimento também engendra o seu contrário: o controle repressivo da natureza e a reificação dos seres humanos. A civilização tem como meta nos trazer a paz e a auto-realização; contudo, também pode culminar com o advento de uma barbárie tecnológica.

O capitalismo e a tecnologia moderna promoveram uma formidável melhoria nas condições de existência de um número cada vez maior de pessoas, mas ao mesmo tempo as submetem a um modo de vida cada vez mais complexo, anônimo e mecânico. A racionalização atua com irracionalidade, e isso não passa despercebido. As promessas que a cultura moderna fez não se realizaram conforme o prometido. As relações sociais e as exigências feitas pela civilização maquinística pesam sobre o indivíduo de maneira cada vez mais urgente e incontrolável, fazendo-se acompanhar de uma regressão cultural igualmente progressiva (*Temas*, p. 40-41).

Para Adorno, "quem se dedicasse a situar o sistema da indústria cultural nas grandes perspectivas da história universal, teria que defini-lo como a exploração planificada da ruptura primordial entre os homens e sua cultura" (*Minima Moralia*, p. 129). O capitalismo – que mantém a divisão entre espontaneidade e trabalho e, ao mesmo tempo, nutre o sonho de fazê-los coincidir – é

o estágio final de um processo milenar, através do qual a divisão do trabalho inscreveu essa divisão na subjetividade.

O comportamento estético e a ação instrumental para os quais essa distinção remete em sentido mais amplo não são faculdades separáveis de forma absoluta. As categorias mantêm-se ligadas em cada ser humano, mesmo quando são forçadas a atuar de maneira mais estanque pela sociedade. O resultado disso é, porém, o engendramento de uma série de mutilações, que o homem arrasta consigo como espécie de herança geracional. A indústria cultural é a tentativa frustrada de reparar os prejuízos advindos desse processo de separação, que pesa sobre a vida das massas desde os tempos arcaicos.

Conforme explica o pensador, a civilização é produzida, ao mesmo tempo, pelo trabalho e pelo cultivo plástico e criador de nossa humanidade, coincidindo com o nosso esforço de domínio externo e interno da natureza informe (selvageria). Nesse sentido, apresenta-se como uma disciplina dos corpos (de si e dos outros) e um projeto de formação do espírito, como atividade instrumental e expressão do que podemos chamar de princípio utópico. O trabalho é o veículo histórico da primeira: através dele, o homem se torna sujeito (no sentido de ser que está preso em si e a outro). A formação (cultural) é, ao contrário, o meio do segundo: veicula o anseio humano de negar a reificação (externa e interna), expressar criativamente sua subjetividade. O trabalho e a cultura adquirem consciência de si no momento em que os homens começam a reagir ao que lhe soa como sendo a barbárie e a selvageria.[25]

O contraponto entre as categorias – note-se – não é absoluto, porque a formação do sujeito pela cultura é mediada por uma disciplina, e a cultura, por mais distante que esteja das tarefas objetivas, de maneira nenhuma se ausenta da realização do trabalho (*Indústria*, p. 112). A verdadeira cultura não se exaure no puro e simples domínio dos impulsos naturais, procurando antes os meios de conciliá-los com a vida, mas ao mesmo tempo não pode

[25] HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. *I Seminari della Scuola di Francoforte*, p. 180. "A cultura [é] a tentativa de domar o princípio bárbaro da força corporal como violência imediata" (Max Horkheimer: *Eclipse da razão*, p. 161). A perspectiva de entendimento em foco, observe-se, é bastante devedora das idéias sobre a matéria externadas por Kant.

ser separada do controle racional desses mesmos impulsos, que está na base da ação instrumental.

Na Escola de Frankfurt, constata-se de todo jeito que, enquanto momento do processo civilizatório, a cultura não designa apenas o conjunto de saberes, ciências e artes, de técnicas e recursos materiais criados pelo homem, referindo-se antes à relação viva de todos esses elementos com a práxis formativa do indivíduo. A cultura exige alguma consciência reflexiva. Também para seus membros valia a idéia de Simmel de acordo com a qual a categoria compreende a criação de bens simbólicos tanto quanto o cultivo de si mesmo por seu intermédio e, portanto, "o homem não está cultivado enquanto estes bens objetivos de tipo espiritual, ou externo, não passem a formar parte de sua personalidade, de tal modo que lhe permitam progredir num sentido superior à medida possível por sua [simples] natureza".[26]

Diversamente em relação ao pensador, no entanto, o conceito tem um sentido crítico para Adorno. O processo civilizatório refreia a barbárie e engendra a perspectiva de um bem viver que se perpetua através da cultura – mas essa também é um meio em que se conserva a dominação da natureza e da sociedade. A categoria não pode ser entendida sem relação de dependência com a estrutura social de sua época e, no entanto, tampouco pode ser concebida sem o momento em que a ultrapassa. "A cultura enquanto algo que vai além do sistema de sobrevivência da espécie contém um irrevogável impulso crítico contra o status quo e todas as suas instituições" (*Indústria*, p. 100).[27]

A proposição significa, por um lado, que essa esfera escapa à condição de simples meio de submissão e domínio da natureza, sendo vista antes como a maneira de o homem mantê-la viva dentro de si e, assim, reconciliar-se livremente consigo mesmo. A cultura remete ao mundo estético dos sons e das imagens, às figuras que os homens põem entre eles e a realidade, à capacidade de fantasiar e, assim, transcender o estado de coisas existente. "O comportamento estético é [em essência] a capacidade de per-

---

[26] SIMMEL, G. *El individuo y la libertad*. Barcelona: Península, 1986, p. 130.

[27] Segundo nosso modo de ver, a hipótese de que a Escola de Frankfurt não dispõe de uma teoria da cultura, levantada por Fredric Jameson, não tem absolutamente nenhum fundamento (*Late marxism*: *Adorno*, p. 106-108).

ceber nas coisas mais do que elas são; o olhar sob o qual o que é se transforma em imagem" (*Estética*, p. 363).[28]

Conforme ele observa em relação às artes, em particular, "todas elas se caracterizam por se destacarem da realidade empírica, todas tendem a formar um universo que se opõe qualitativamente a essa última: através da evolução histórica, as artes secularizam o universo mágico e sagrado".[29]

No entanto, precisamos, por isso mesmo, conservar em vista também seu sentido afirmativo: significa, então, um elemento que auxilia a manter as relações de domínio, na medida em que, a despeito dos efeitos positivos, verifica-se que os progressos nesse campo sempre implicaram na afirmação dessas mesmas relações no âmbito da sociedade.

> O significado social mais importante da cultura afirmativa [em geral] provém da contradição que existe entre a fugacidade sem prazer de uma existência insatisfatória e a necessidade de satisfações que tornem essa existência suportável [para os indivíduos].[30]

Durante milênios, a formação e a cultura foram obtidas por uma minoria às custas do trabalho das massas. O tratamento de si mesmo como uma obra de arte era privilégio de uns poucos indivíduos. Populações inteiras foram escravizadas ou mantidas na barbárie para que se pudesse ter progresso espiritual. A coletividade foi privada da devida formação, para que uns poucos a tivessem. Os indivíduos, em sua maioria, tiveram suas vidas mutiladas, para que se pudesse avançar na história.

> Em algumas fases históricas da agricultura e da economia mercantil simples, a produção não esteve radicalmente submetida ao valor de troca, estava mais próxima dos trabalhadores, e as relações entre estes não eram de todo coisificadas... mas provavelmente [essas

---

[28] As atividades artísticas são uma das formas através das quais se dá a racionalização das imagens (técnica artística). As práticas educativas possuem igual sentido e também mereceram atenção por parte de Adorno. O papel da práxis política nesse processo realmente só foi explicitado por Habermas.

[29] ADORNO, T. "L'art et les arts". In: *L'art dans la societé d'aujourd'hui*. Boudry-Neuchatel: Baconnière, 1967, p. 52.

[30] MARCUSE, H. "Réflexion sur le caractère affirmative de la culture". In: *Culture et societé*. Paris: Minuit, 1970, p. 134.

épocas] infligiram aos que viviam nelas mais brutalidades do que as ocorridas em grandes períodos do capitalismo.[31]

A separação entre o utilitário e o prazeroso, o necessário e o supérfluo, o trabalho e a cultura, promovida de todo modo pela civilização, todavia, ingressou numa nova etapa com o advento dos tempos modernos.

A sociedade burguesa estendeu a todos os homens o direito de terem uma formação, cultivarem seu modo de ser e serem felizes como indivíduos. O sentido do termo "formação" se humanizou e adquiriu sua própria autonomia, perdendo o caráter estamental e o fundamento supramundano. A escola tomou para si a tarefa de aprimorá-la, tornando-se complemento da missão formativa que de imediato assumiu a família. A cultura passou, então, a coincidir mais e mais com o cultivo privado do espírito, um conjunto de práticas sociais destinado a desenvolver o indivíduo, não obstante o crescente envolvimento desse indivíduo com um mundo cada vez mais materialista.

Convém notar que, por um lado, isso foi um avanço, porque assim a idéia de cultura atingiu consciência de si mesma. Noutros termos, consagrou-se o princípio de que cada indivíduo deve ser formado por si mesmo e livremente. No entanto, o ocorrido também implicou em um atraso porque, até certo ponto, legitimou a velha separação entre cultura e trabalho. A privação física e a servidão exterior foram postas à sombra da beleza da alma e da liberdade espiritual. "Na espiritualização da cultura que ocorreu dessa maneira [portanto] está virtualmente confirmada sua impotência e a entrega da vida real dos homens a relações materiais que existem e mudam cegamente" (*Pseudocultura*, p. 235).

O processo que emancipou a idéia de formação separou-a das demais esferas da vida social e condicionou seu acesso ao consumo de mercadorias, conferindo à cultura burguesa seu caráter de ideologia. A proclamação do direito ao cultivo individual não modificou o modo de vida da maioria da população. A reprodução das suas condições materiais de existência não foi tocada pela cultura e continuou ocorrendo na mais completa barbá-

[31] ADORNO, T. *La ideologia como lenguaje*. Madri: Taurus, 1971, p. 82.

rie, se comparada com aquela lograda, com crescente refinamento, pelas camadas dominantes.

"No século XVIII, o conceito de cultura popular movia-se no sentido de uma emancipação das tradições semifeudais e absolutistas, possuía um sentido progressista, que sublinhava a autonomia do indivíduo como ser capaz de tomar suas próprias decisões" e, por isso, as fronteiras entre suas expressões e as da arte séria eram mais fluídas do que se tornaram no século XIX (*Indústria*, p. 152 e 140). Depois, essa abertura começou a ser canalizada. Os vigorosos progressos verificados nesses campos passaram a beneficiar apenas o público burguês, chegando mesmo a se tornarem uma forma de legitimar o mando de sua classe sobre a sociedade.

> Os proprietários dos meios de produção continuaram possuindo o monopólio da formação cultural inclusive na sociedade formalmente igualitária: a desumanização causada pelo processo capitalista de produção denegou aos trabalhadores os supostos necessários para se educarem, a começar pelo ócio (*Pseudocultura*, p. 240).

A expansão das forças produtivas promoveu uma mudança nesse panorama, permitindo uma sensível elevação no padrão de vida das massas, mas ao mesmo tempo provocou uma crise na velha idéia de cultura. A transformação de seus meios em bens de consumo privou a formação de seus fundamentos, submetendo-a ao fetichismo da mercadoria. A burguesia pouco a pouco foi perdendo a condição funcional e espiritual de classe dominante e, sua cultura, deixando de ser a cultura hegemônica.

Entretanto, assim, o próprio processo de formação das camadas populares foi abortado, na medida em que seus motivos potenciais passaram a ser canalizados para o consumo de diversão e a prática do lazer industrial. "A fantasmagoria de um mundo estético não pervertido pelos fins passou a servir de álibi ao mundo subestético [das relações de mercado]" (*Estética*, p. 288).

Noutros termos, o progresso começou a se converter no seu contrário, separando-se das finalidades que lhe foram atribuídas na aurora da modernidade. Immanuel Kant escrevera nessa época que "o homem tem necessidade de cuidado e cultura" (*Sobre a pedagogia*, 1786). Acreditava-se que o esclarecimento só seria

promovido se houvesse uma verdadeira educação da espécie. A realização do indivíduo pressupunha o cultivo de suas faculdades, um processo formativo, através da apropriação prática e intelectual dos valores criados pela civilização.

A consciência da distinção entre cultura superior e cultura popular era acompanhada da crença de que poder-se-ia chegar a um estágio mais avançado. A educação dos sentidos permitiria conciliar os impulsos corporais com a moralidade, ligando-se beleza e liberdade. O estado de plenitude estética e moral era visualizado pelos pensadores de vanguarda como uma condição acessível a todos e através do qual todos poderiam tornar-se livres e realizados individualmente.

A concepção moderna da cultura como criação artística e filosófica emancipadora acreditava na possibilidade de superar a reificação da consciência e relações sociais promovida pelo racionalismo tecnológico, através do engajamento do ser humano em certos valores estéticos e intelectuais, conforme se pode constatar folheando as páginas das *Cartas sobre a educação estética do homem*, de Schiller (1795).

A transformação estrutural do mercado da cultura, provocada pela formação dos monopólios, subordinou essa concepção à idéia de divertimento. No cinema, nas letras e na música aparecidos desde então não faltam provas de que a referida concepção sobrevive. No entanto, seu processo de posição já não tem mais força expressiva e um caráter hegemônico. A necessidade de expandir o consumo conduziu à reciclagem industrial dos valores estéticos superiores mas, também, da cultura popular.

Nas primeiras décadas do século XX, a antiqüíssima oposição entre arte leve e arte séria[32], tornada consciente apenas na modernidade, começou a envelhecer, na medida em que ambas foram sendo reduzidas, como matéria de diversão, a meros bens culturais. Em síntese, a cultura superior foi fundida às formas de

---

[32] Segundo Lowenthal, basta pensar, em relação à matéria, na diferenciação "entre as formas de tragédia e comédia alta e baixa nos palcos da antiga Grécia e Roma, no abismo que existia entre as elites filosofantes das cortes imperiais romanas e o circo promovido por essas mesmas elites, nos feriados e dias santos do período medieval, com suas performances hierarquizadas na catedral e os divertimentos plebeus das feiras populares, para as quais a multidão acorria logo após participar dos serviços religiosos" (*Literature and mass culture*, p. xi).

diversão popular enquanto mercadoria. A racionalização da própria arte e o cultivo da subjetividade foram desviados de sua meta por uma nova relação de forças sociais e inseridos no âmbito do cálculo da eficácia econômica, sustando-se socialmente o progresso espiritual do indivíduo (*Cinema*, p. 73).

Segundo Adorno, "os desprovidos de subjetividade, os culturalmente deserdados, são os genuínos herdeiros da cultura" (*Minima Moralia*, p. 130). A célebre frase quer dizer que as camadas exploradas, pouco a pouco, foram passando a ser a base da vida do espírito e assimilação dos estímulos estéticos. Neste estágio, a cultura deixa de ser parcialmente ideologia para, virtualmente, tornar-se tal coisa na totalidade. O elemento de esperança que ela continha passa a se confundir com o puro e simples consumo de bens.[33] As preferências estéticas que a submissão social produziu são doravante legitimadas publicamente. O planejamento mercantil da satisfação sensorial e a estilização industrial da arte bárbara tornam-se o princípio central da criação artística e intelectual contemporânea.

Conforme observa Adorno, o componente bárbaro, variável com a época, é um aspecto inerente à marcha da cultura. Embora o pensador faça remontar as origens da indústria cultural ao século XVII,[34] sinais de sua prática já se encontram na Antigüidade. Os elementos estéticos que a caracterizam existiram muito tempo antes dela se converter em sistema. Pode-se afirmar que são tão velhos quanto o homem ocidental: a comédia ática em seu período final, o artesanato helenístico, o circo romano e as tapeçarias medievais já são kitsch, indícios da prática da indústria cultural.

Para Adorno, a espontaneidade dos impulsos corporais e a procura de satisfação sensorial imediata com as quais se vinculam jamais puderam ser totalmente liquidadas da civilização. Durante muito tempo, inclusive, eles serviram à liberdade, ainda que de maneira indireta à dominação. A subordinação social de certos grupos era geradora de uma brutalidade que, embora útil aos poderosos durante as guerras, por exemplo, deixava livre sua

[33] ADORNO, T. *Metaphysics: concepts and problems*. Stanford (CA): Stanford University Press, 2000, p. 119.

[34] ADORNO, T. *L'art et les arts*. Paris: Desclée de Brouwer, 2002, p. 107.

subjetividade. A estreiteza das suas experiências estéticas servia de elemento de resistência inconsciente à dominação. A exploração econômica por parte das classes dirigentes era facilitada pelo caráter embrutecido da consciência das massas, mas em compensação era superficial sua fidelidade ideológica aos poderosos. A consciência das massas permanecia um elemento alheio à maneira como se estruturava o modo de vida dominante (cf. *Minima Moralia*, p. 179).

Hoje em dia, chegou-se ao ponto em que o sistema de poder "já não precisa rebaixar os bárbaros que criou: basta-lhe reforçar por meio dos seus rituais a barbárie, que se sedimentou subjetivamente, desde há séculos" (*Estética*, p. 269). O capital colocou o elemento bárbaro a seu serviço e passou a administrá-lo como estímulo estético de consumo. As camadas populares foram convertidas em mercados, e o espírito da arte leve integrado ao fetichismo da mercadoria. Os conhecedores de obras de arte e homens de cultura, formadores de um círculo estreito, cederam lugar como modelo a todos que podem comprar um aparelho de som ou pagar o ingresso em uma sala de diversão.

> A cultura das camadas superiores, costumeiramente baseada em desigualdades, precisa agora acomodar-se às demandas da nova sociedade de massa, que se espalha dos países altamente industrializados para todo o resto do mundo.[35]

Resumidamente, a subjetividade de camadas cada vez mais amplas da população foi alçada ao consumo de bens culturais mas, ao mesmo tempo, passou a sofrer um processo de desintegração. A formação geral da consciência começou a depender de sínteses imediatas e passageiras, realizadas de maneira cada vez mais rápida e ampla, de acordo com os esquemas da indústria cultural. O resultado é a exaustão do conceito de cultura e o surgimento de o que o pensador chamou de *pseudocultura* em um célebre ensaio.

> [Atualmente] A seriedade animal do possuidor de cultura, que se aferra cegamente à dignidade da música [por exemplo], consegue

[35] HORKHEIMER, M. *Critique of instrumental reason*, p. 27.

sem querer fazer ridícula a fé na cultura que essa e a ideologia cultural [doravante] o impedem de expressar.[36]

A consciência postulada em outro tempo pela classe dominante reclamava idealmente a possibilidade de cada indivíduo cultivar seu modo de ser e conduzir sua vida com autonomia. A cultura burguesa, noutros termos, não era mera ideologia, porquanto o raciocínio das pessoas que consumiam obras de arte, dedicavam-se à leitura e, assim, podiam se formar baseava-se em valores que eventualmente permitiam a algumas delas conduzir-se de maneira autônoma e se emancipar do modo de vida dominante.

A resistência que o indivíduo falsamente separado das suas condições naturais de existência opunha à sociedade não era apenas resistência do indivíduo egoísta à sociedade. As práticas culturais legitimadas possuíam recursos morais bastantes para, vez por outra, fazer dessa conduta uma negação determinada. Nesse caso, a supracitada resistência transformava-se em "oposição do indivíduo a uma determinada sociedade, precisamente em nome dos valores encarnados por *outra* comunidade (mesmo que só relativamente), ou dos valores ideais de uma comunidade que existiu no passado e que talvez seja agora postulada para o futuro", para valermo-nos das palavras de Agnes Heller.[37]

A penetração do capital nesse campo alterou a paisagem, liquidando as condições favoráveis a essa apropriação. O seqüestro da produção cultural pelos negócios solapou as bases em que se assentava o referido modelo de consciência. Os conceitos que surgiram com aquela produção pouco a pouco foram esvanecendo e, aos empurrões, se reduzindo à ideologia. No limite do processo, virtualmente antevisto, são pura e simplesmente postos de lado pela maioria da sociedade. O consumo de estímulos estéticos e informações toma o lugar da idéia de formação, e a cultura passa a se confundir com o divertimento mercantilizado. A arte séria, não menos que a popular, é declarada extravagância fora de moda ou ininteligível pela consciência imediata da sociedade.[38]

---

[36] ADORNO, T. *Sobre la música*. Barcelona: Paidós, 2000.

[37] Cf. *O cotidiano e a história*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985, p. 84.

[38] ADORNO, T. *Sobre la música*, p. 67.

O entretenimento e a informação, cada vez mais fundidos, convertem-se em sucedâneos dos velhos ideais e dos bens superiores, expulsando-os mais ou menos totalmente das massas, através de uma repetição tão estereotipada quanto a dos anúncios publicitários (*Indústria*, p. 70-73). O raciocínio público, embora ampliado, estendido em escala de massa, termina se convertendo em hábito de compra e esse em "porta aberta por onde entram as forças sociais sustentadas pela esfera pública do consumismo cultural dos meios de comunicação" (*Mudança estrutural*, p. 191-192).

Em Adorno e Horkheimer, a sublimação do elemento bárbaro com os conceitos da cultura burguesa verificada nesse contexto relaciona-se com o surgimento de uma pseudocultura entre a população que, segundo nosso modo ver, representa para os autores o principal subproduto da chamada tragédia da cultura moderna. Para Georg Simmel, criador da expressão, a modernidade colocou ao alcance das massas refinamentos de vida e comodidades que vistos mais de perto nada têm a ver com a cultura, na medida em que os homens não têm como extrair deles meios de melhor proverem seu modo de ser, de se cultivarem.

> Atualmente, o desenvolvimento individual pode extrair das normas sociais tão-somente a conduta socialmente boa, das artes tão-somente o desfrute improdutivo, dos progressos técnicos tão-somente o negativo da facilidade e lisura do transcurso cotidiano; surge pois uma espécie de cultura subjetivo-formal, sem aquele entrelaçamento interno com o elemento objetivo em virtude do qual de fato se satisfaz o real conceito de cultura.[39]

Desenvolvendo sua própria leitura da tragédia que sucede assim, os frankfurtianos observam que a possibilidade de se cultivar não se extinguiu mas – como antes – continua restrita a um pequeno número de privilegiados, salientando ainda que a razão para tanto não é a falta de meios que se colocaria às massas mas, antes, o fato de as condições sociais para tanto continuarem sendo antagônicas. Noutros termos, a explicação para o aparecimento da pseudocultura não deve ser dada de cima para baixo, procurando culpados, mas considerando o respectivo contexto

[39] SIMMEL, G. *Sobre la aventura*. Barcelona: Península, 1988, p. 214.

histórico. O capitalismo avançado e a democracia moderna emanciparam as massas das necessidades materiais imediatas e das relações de dominação tradicional. A possibilidade de se cultivarem, entretanto, foi abortada pelo surgimento de condições de vida "que dificilmente toleram o tipo de experiência com que se sintonizavam antes os conteúdos formativos tradicionais" (*Pseudocultura*, p. 242).

"A popularização [da cultura] só tem conotação positiva quando amplia a experiência daqueles para quem está sendo popularizada", pressupondo um esforço educacional que acabou abortado para a maioria. Carecendo desse apoio, reduz-se a um processo de fachada, no qual raras vezes se dá um enriquecimento da subjetividade[40]. O problema central, porém, está alhures. Tradicionalmente, a formação provinha da capacidade de desenvolver a experiência, ultrapassando o sentido restrito que lhe davam a escola, os museus, a biblioteca, etc. O cultivo através do consumo de obras de arte e dos estudos literários era apenas um complemento. O capitalismo moderno, entrementes, dissolveu a experiência na vivência imediata, transformando "a vida numa sucessão intemporal de choques, entre os quais se rasgam lacunas, intervalos paralisados".

> [Nesse quadro] O indivíduo que se dispersa não é mais que a totalidade das vivências pontuais que, infladas, converteram-se nos sucedâneos da experiência concreta: ele mesmo não pode dominar essa experiência.[41]

As técnicas se curvaram perante a vontade dos consórcios empresariais e passaram a processar, conforme a *ratio* mercantil, os estímulos que ocupam o aparato sensorial das massas. Os homens pararam de agir juntos e já não se conhecem, relacionando-se cada vez mais através do intercâmbio de mercadorias. A conseqüência é o desencadeamento de uma crise espiritual mais ou menos silenciosa, o solapamento dos fatores favoráveis para as pessoas se cultivarem na era da técnica. A fragmentação das condições de vida produziu um rompimento das tradições culturais que conferiam sentido à realidade.

---

[40] LOWENTHAL, L. *An unmastered past*, p. 256.

[41] ADORNO, T. *Metacritica de la teoria del conocimiento*. Caracas: Monte Ávila, 1974, p. 117.

Weber teria tido pois razão em dizer que o processo de racionalização da sociedade, promovido às custas da racionalidade axiológica, é correlato à progressiva perda de sentido na vida. A civilização racionalmente estruturada em função da profissionalização da existência cotidiana restringiu a esfera dos valores morais a parcelas pouco expressivas da vida, dando lugar às diversas formas de mal-estar na cultura.

Para ele, vale lembrar, a burocracia e o mercado representam processos de socialização que despersonalizam massas inteiras da população, retirando todo sentido dos processos de auto-racionalização por ambos requeridos. As formações sociais que a burocracia e o mercado encarnam são criadoras de um sistema de vida em que a falta de solidariedade e valor humano está estruturalmente enraizada, em que as concepções religiosas e humanísticas, carecem de sentido prático e funcional.

Destarte, os sacrifícios feitos para a sua manutenção tendem a parecer sempre mais absurdos. Nas palavras do pensador, o capitalismo não representa o "pacífico trabalho da civilidade". Trata-se de "um aspecto da luta do homem contra o homem, pela qual não mais milhões, mas centenas de milhões de homens, ano a ano, se atrofiam física e psiquicamente, se embrutecem e arrastam, de todos os modos, uma existência na qual todo o sentido reconhecido é em realidade cada vez mais estranho".[42]

Theodor Adorno fez suas essas teses em sua análise da cultura contemporânea. Segundo seu ponto de vista, a civilização capitalista provocou um "desencantamento do mundo e o surgimento de um estado de carência de imagens e visões de mundo". Passado o interregno da alta modernidade, observa seu comentarista, "a liquidação das antigas fontes de sentido priva de legitimidade o ordenamento social sem oferecer uma versão secularizada de seus conteúdos, enquanto seus marcos explicativos se vêem substituídos por um forte vazio interpretativo [no plano cotidiano]".[43]

---

[42] WEBER, M. *Escritos politicos*. México (DF): Folios, 1982, v. I, p. 33.

[43] ÁLVAREZ, P. *Espacios de negación*. Madri: Nueva, 2000, p. 10. Adorno parece ter sido influenciado nesse sentido pelos juízos, que conhecia muito bem, de Kierkegaard.

Em última instância, os projetos de criação de uma sociedade civil emancipada, formação de indivíduos esclarecidos e instalação de uma ordem livre e cosmopolita dissolvem-se como narrativas ocas em meio a um sistema que submete os problemas humanos e sociais a um enfrentamento tecnológico. A compensação para os prejuízos subjetivos daí resultantes se dá mais ou menos precariamente com o aparecimento de uma indústria cultural, através da qual os homens procuram se dotar dos meios para fazer frente à situação, e os interesses econômicos terminaram promovendo uma espécie de retorno à mitologia (cf. *Pseudocultura*, p. 247-248).

A fragmentação das condições de existência e a crescente reificação das relações sociais promovidas pelo capitalismo criaram uma necessidade de substituir as velhas imagens e valores – em que, devido ao próprio processo, ninguém mais acredita – por alguma coisa que o valha ou preencha o tempo livre do indivíduo. O sucedâneo encontrado foi a distração:

> [Atualmente] não mais importam tanto os conteúdos ideológicos específicos quanto o fato de que simplesmente haja algo preenchendo o vácuo da consciência expropriada e desviando a atenção do manifesto segredo. É presumivelmente bem menos importante para o contexto social dominante quais as doutrinas ideológicas específicas que um filme sugere a seus espectadores do que o fato de que estes, ao voltarem para casa, estão mais interessados nos nomes dos atores e nos seus casamentos e casos amorosos (*Sociologia*, p. 87).

A racionalização da consciência das massas foi paga com a perda das condições favoráveis para a educação ou cultivo da subjetividade e, por causa disso, simplesmente se passou de uma heteronomia a outra, trocando-se, apenas para citar um exemplo, o culto dos santos pelo das celebridades dos meios de comunicação. A cultura tornou-se motivo de paródia. Os indivíduos encontram-se agora cada vez menos dotados das condições para estabelecer uma relação viva com a cultura, cultivarem seu modo de ser e, assim, conduzir sua vida de maneira autônoma e individual mas, ao mesmo tempo, cada vez mais a consomem e reivindicam em função do desejo de serem contados como pessoas importantes, estarem na moda ou meramente se distraírem, extrain-

do suas satisfações do caráter de fetiche da mercadoria cultural tecnológica (*Estética*, p. 29).

A formidável regressão espiritual que tem lugar assim pode ser vista, portanto, como um reencantamento do mundo promovido pelo capital: representa uma "consolação do desencanto" do qual falava Weber (idem, p. 30). O fetichismo das supracitadas mercadorias é uma projeção do desejo de suprimir o fosso existente entre a arte e a vida que as pessoas vivenciam com desgosto mas, ao mesmo tempo, percebem o quanto é difícil mudar na realidade. O decisivo está no fato de que "o sujeito privado de forças extrai prazer de sua própria fraqueza, quase que como se devesse ser recompensado por se adaptar à coletividade que o enfraqueceu e cujos padrões de exigência sua fraqueza não logra satisfazer".[44]

Através do consumo de bens culturais, as pessoas tentam esquecer as exigências racionais de que são portadoras e que fizeram não por apenas as terem escolhido, mas sobretudo devido à pressão da sociedade. O esforço da consciência por se ajustar a uma ordem desencantada é retribuído pelas mercadorias que lhe prometem a satisfação de certas fantasias. Assim, os seres humanos procuram, em síntese, conferir sentido e se apropriar de suas próprias vidas sob condições sociais submetidas a uma crescente mecanização, conforme examinaremos com mais detalhe, depois de ver os reflexos dessa situação no campo da produção artística.

[44] ADORNO, T. "On Jazz". In: *Discourse* v. 11, 1 [45-69] 1989, p. 66.

4

A Dialética da arte: utopia e tragédia

Segundo Adorno, as comunicações modernas se desenvolvem no marco de uma dialética: conscientizam e reificam ao mesmo tempo. Constituem expressão do enredamento entre progresso e barbárie. Contra elas seria o caso de opor menos "o espírito de reforma e purificação", ou a nostalgia do "retorno ao mimeógrafo", com a qual ele às vezes brinca, do que uma vigorosa ascese crítica à sua "falsa riqueza" (*Minima Moralia*, p. 43).[1]

Em termos ideais, o programa do pensador consistia em fazer a coisa avançar em dois domínios. Por um lado, desenvolvendo a dimensão estética da mídia de acordo com suas possibilidades técnicas intrínsecas. Por outro, empreendendo um esforço sólido e consistente para entender criticamente seu processo social e histórico de posição no âmbito de nossa sociedade.

Provavelmente, observava, o esclarecimento "se encontra mais difundido hoje do que em tempos passados, e isto significa que na atualidade camadas da população que em outra época não tinham acesso à cultura e ao saber estão em contato com as artes e as ciências graças aos meios de comunicação". Em contrapartida, verifica-se através deles uma transformação estrutural na consciência esclarecida, cujo principal aspecto – no plano cogni-

---

[1] "Posso me considerar tudo, menos um derrotista", por isso, justificando sua colaboração com os meios de comunicação, o filósofo disse que "renunciar à mídia, para se dedicar ingenuamente a escrever em folhas soltas, não é senão aferrar-se à e aderir a um conservadorismo cultural que, em última instância, apenas beneficia a indústria cultural" (Conversa com Hans Magnus Enzernsberger, citada em Stefan Müller-Doohm, *Adorno: une biographie*, p. 420).

tivo – é a perda do elemento de síntese que poderia torná-la produtiva entre as massas.

"A contradição entre a moderna emancipação do espírito crítico e seu concomitante enfraquecimento é característica de todo o período burguês da história",[2] na medida em que nele a mercantilização das relações que possibilita o aparecimento do primeiro acaba por se imiscuir em sua própria esfera e, assim, a fazer com que "a informação tenda a substituir a penetração e a reflexão intelectuais".[3]

Conforme se pode ler na *Dialética do Iluminismo*, a formação das redes de comunicação é um produto do progresso, que "desperta e idiotiza as pessoas ao mesmo tempo" (p. 15). A avaliação do processo não pode ser abstrata. A verdade a respeito de um fenômeno não reside apenas em seu núcleo racional. As figuras que aquela assume na realidade histórica também precisam sem levadas em conta. Assim, as referidas redes, por um lado, colaboraram para tornar o homem adulto, fazendo-o mais racional, lúcido, informado e habilidoso. "As pessoas modernas [...] aceitam o que tem de ser aceito, e rejeitam o que não pode ser provado como supersticioso ou romantismo descartável".[4] Por outro lado, porém, os homens, em sua maioria, passaram a depender, assim, de uma indústria da cultura, no contexto da qual essas redes servem de meio para distraí-los da própria vida, afastando de suas mentes as mudanças que teriam de fazer em seu mundo e seu modo de ser, para viver de acordo com suas inclinações mais individuais.

Adorno forneceu-nos, sem dúvida, um relato parcial da transformação estrutural do mercado da cultura, exagerando a extensão em que os chamados bens culturais perderam seu valor de uso ao se tornarem fonte de diversão mercantil. A comprovação não refutada da formação dos monopólios da mídia e da indústria cultural, todavia, estava certa a respeito de sua complexidade. "A concepção dialética não se engana sobre a ambigüidade

---

2 ADORNO, T. "Critique", *Critical Models*, op. cit, p. 283.
3 ADORNO, T. *Bajo el signo de los astros* [1957]. Barcelona, Laia, 1986, p. 120-121.
4 HORKHEIMER, M. *Critique of instrumental reason*. Nova York: Continuum, 1994, p. 96.

do progresso em plena totalidade repressiva" (*Pseudocultura*, 255).

Para o autor, as comunicações ajudaram o indivíduo a conquistar a liberdade de opinião e servem de veículo de uma opinião pública que, "apesar de tudo, várias vezes evitou o pior" e, ainda hoje, "conserva [...] parte da função que teve em sua luta contra o absolutismo" (*Intervenções*, p. 153). No entanto, precisamos considerá-las criticamente, sem ilusões. Certamente elas contêm um momento de liberdade, permitindo ao indivíduo possuir suas próprias idéias, não professar o credo dominante. Por outro lado, elas são expressão de relações objetivas, que modelam sua existência e pensamento, antes mesmo dessas idéias chegarem à sua consciência. Precisamente por isto, argumenta, "a opinião pública deve ser ao mesmo tempo respeitada e desprezada" (idem, p. 155).

O jornalismo, por exemplo, sem dúvida foi e ainda é um veículo de informação de massas e, portanto, um fator de esclarecimento. O conceito de informação não se esgota no plano dos fatos, sempre que não se perde o poder de reflexão sobre a matéria. Assim, "certamente obtém-se uma exposição sobre o assunto [em pauta] que possibilita um melhor juízo a seu respeito do que quaisquer longos discursos".[5] Contudo, isso não pode ser entendido de maneira abstrata. O conhecimento imediato que as atividades jornalísticas nos proporciona precisa ser situado em seus diversos contextos de intervenção, abstraído dos quais é uma categoria descarnada e sem sentido histórico determinado[6]. Atualmente, o fenômeno não pode ser entendido fora da tendência "às informações se converterem em bens de consumo, produzirem um certo prazer, ou melhor: um prazer substitutivo, entre aqueles para as quais estão destinadas".[7]

---

[5] ADORNO, T. *Educação e emancipação*, p. 79.

[6] Confira raciocínio na contramão em Adelmo Genro Filho: *O segredo da pirâmide*. Porto Alegre: Tchê, 1988.

[7] ADORNO, T. *Introducción a la sociología*, p. 69. Em resumo, importante "não é o fato dos cidadãos terem a informação adequada (nem a existência de alguma forma de *comunicação não distorcida*), mas nossa habilidade em experienciar o mundo trabalhando com ele... [algo que]... embora ainda possa ser alcançado mesmo no capitalismo, o pensador temia que pudesse não ter sua sobrevivência continuada" (Heinz Steinert: *Culture Industry*, op.cit., p. 24-25).

As comunicações e a opinião pública, a exemplo dos juízos pessoais, das quais deriva aquela última, constituem categorias que devem ser tratadas com espírito crítico, ainda que isso seja o que tende a ser bloqueado pela nossa sociedade. O esclarecimento não teria se propagado sem o desenvolvimento das comunicações. A reprodução dos ideais iluministas por parte da indústria cultural, todavia, não pode ser separada de sua crescente reificação. Liberdade não é usar uma calça azul e desbotada; nem uma marca de cigarro pode servir de mínimo denominador de nossa igualdade, conforme pretende a publicidade.

A confusão, no entanto, existe e se encontra no centro da tragédia da cultura que ocorre na sociedade contemporânea. No século passado, o capitalismo começou a se imiscuir diretamente no campo da cultura e fundiu todos os seus elementos em um só movimento. O resultado foi a eclosão de uma crise cultural sem precedentes, e a ascensão de uma indústria da cultura cada vez mais poderosa. A democratização da cultura possibilitada pela economia de mercado foi redirecionada, e a contrapartida de sua difusão em massa foi a perda de seu conteúdo formativo e sentido emancipatório, conforme se pode ver examinando a fortuna da arte na contemporaneidade.

4.1 A Arte na era da técnica

Desde os 1970, os críticos da abordagem adorniana, taxada de apocalíptica, tornaram corrente o juízo de que ela se baseia em uma concepção elitista da cultura e alimenta preconceitos em relação às formas de arte tecnológicas. Para eles, seu criador opõe de maneira preconceituosa e mecânica a "forma alta" à "forma baixa" (popular) da cultura, considerando a primeira mais valiosa do que a segunda. Para ele, segundo esses autores, a forma superior conteria um potencial cognitivo crítico, enquanto a outra não apenas conduz a um estado de paralisia ideológica como resulta na degradação da alta cultura.

Resumidamente, pode-se dizer que o ponto comum entre os defensores desse juízo é o entendimento da crítica à indústria cultural como expressão de

um aristocratismo cultural que se nega a aceitar a existência de uma pluralidade de experiências estéticas, uma pluralidade de modos de fazer e usar socialmente a arte. Estamos diante de uma teoria da cultura que não só faz da arte seu único paradigma, mas a identifica com seu conceito: um conceito *unitário*, que relega a simples e alienante diversão qualquer tipo de prática ou uso da arte que não possa derivar-se de aquele conceito e que termina fazendo da arte o único lugar de acesso à verdade da sociedade.[8]

A proposição não passa sem problema, visto que, observando mais de perto, os frankfurtianos criticaram a cultura em todas as suas formas e níveis de expressão. A criação cultural serve ao espírito de utopia ao mesmo tempo em que o põe a serviço do mercado. O resultado disso é que mesmo "a arte autônoma não está completamente isenta do insulto autoritário da indústria cultural" (*Estética*, p. 29).

A polêmica se dirige igualmente àqueles que defendem a arte pela arte e àqueles que defendem seus vários subprodutos mercadológicos. "A crítica do kitsch nada deve descurar, mas, enquanto, tal, avança pela arte adentro", escreve Adorno (idem, p. 346)

> As platitudes a respeito do progresso espiritual, particularmente da arte, procedem desde o princípio contra a vontade da maioria, possibilitando aos inimigos mortais de todo o progresso entrincheirarem-se atrás daqueles que, realmente sem ter nenhuma culpa, são excluídos dos meios para expressar vitalmente seus próprios problemas (*Indústria*, p. 111).

Segundo a visão do pensador, também as obras de arte sérias são uma forma de ideologia, porque seu modo de ser tem como condição o caráter de fetiche da mercadoria. Hoje há que se opor à arte fácil e não menos, porém, à ambiciosa, pois ambas são faces do processo de reificação. A pretensão de impor os chamados valores culturais superiores aos seres humanos é sempre uma pretensão ideológica, porque, em última instância, as necessidades primárias da maioria deles não se encontra nessa direção,

[8] BARBERO, J.M. *De los medios a las mediaciones*. México (DF): G. Gilli, 1987, p. 54. Eugene Lunn fornece, ao contrário, um relato equilibrado da matéria em "The Frankfurt School in the development of the mass culture debate" (In: Richard Roblin: *The Aesthetics of the critical theorists*, p. 26-84).

mas na reprodução de suas condições materiais de vida em situação de não-violência.

As satisfações estéticas proporcionadas pelas artes são apenas um sinal dessa situação: se elas não existissem, as artes não teriam sido capazes de sobreviver às realidades a que elas resistem e contradizem. Promessas de felicidade, não a própria, as obras de arte representam uma espécie de liberdade imaginária em meio à escravidão. A violência mais ou menos sublimada que a realidade nos impinge é o primeiro objeto de crítica visado por todo e qualquer experimento artístico (*Literatura* II, p. 248).

As gratificações estéticas que as artes nos proporcionam não são o que, na arte séria, realmente importa, porque, em qualquer caso, o que está em jogo, para o autor, não é a função, mas a própria existência das obras de arte. A criação estética especializada, baixa ou sublime, é sinal de algo que não corre bem na vida social. O reconhecimento e a procura de profundidade ou diversão, mesmo quando subsumidos ao cálculo mercantil, correspondem no público ao que é, entre os artistas, o trabalho de criação: indícios, mais ou menos integrados, mais ou menos perversos, mais ou menos criativos, da dificuldade humana em se encaixar no modo de vida coletivo dominante.

Como diz Martin Jay, os comentários que o autor fez contra a cultura de massa também se dirigem contra boa parte da chamada alta cultura porque, em seu modo de ver, o consumo dessa última, como da primeira, não se distingue totalmente dos prazeres do consumo de qualquer outro bem disponível no mercado: "toda cultura, elevada ou não, contém um momento de barbárie".[9]

Salvador Dalí, Stravinski, Sartre e Stefan George, por exemplo, lograram criar obras de arte autônomas e bem-sucedidas já na era da indústria cultural. No entanto, isso não as isenta de um fetichismo culpável e de contradições ideológicas. Em última instância, também elas pertencem a um mundo em que nada mais se situa fora de um contexto de culpabilidade. Pertencem todas elas a esse mundo, e, por isso, a um contexto que nos impede de

---

[9] JAY, M. *Adorno*. São Paulo: Cultrix, 1984, p. 108. Conforme se sabe, a proposição em foco provém de Benjamin. Cf. Horkheimer & Adorno: *I Seminari della Scuola di Francoforte*, p. 158.

"criticar a indústria da cultura sem ao mesmo tempo criticar a arte [autônoma]".[10]

Na verdade, a pretendida distinção entre cultura erudita e popular, arte séria e arte leve, é falsa e verdadeira do ponto de vista histórico. A partilha é falsa porque ambas dependem do mercado, emergem dentro de certa alienação, embora sob diferentes máscaras, e de resto estão em curso de superação. Enquanto a primeira refugia-se no estilo, a segunda procura resguardar-se através da popularidade.

Quer numa, quer noutra, pode haver tanto a sublimação quanto a depravação da criatividade. "Os sons frios e o vermelho maligno de modo algum são muito distintos dos materiais nobres com que se tecem os vestidos de *batik* da ginástica rítmica que embala a juventude" (*Dissonâncias*, p. 171). A resistência à pressão violentíssima sobre a pretensão de integridade de um esforço criativo ou de uma obra de arte feita tantas vezes por parte do mercado não é privilégio, embora nem sempre haja mérito, da arte séria, como deixa claro a trajetória do personagem Ira Murdoch no romance *Casei-me com um comunista*, de Philip Roth.

Entretanto, conviria, por outro lado, conservar a parcela de verdade da distinção, na medida em que, geralmente, a arte leve tende a se esgotar na diversão, enquanto a pesquisa à qual a arte séria se liga tende a conferir-lhe uma relativa liberdade em relação aos ditames da sociedade.

> O conteúdo de verdade das obras de arte, que é também a sua verdade social, tem como condição o seu caráter fetichista, mas esse pode ser distinguido do puro e simples fetichismo da mercadoria (*Estética*, p. 255-256).

Queiramos ou não, "a seriedade estética e a tendência à diversão (cuja preponderância nem sequer é de hoje) apontam em direções opostas" (*Sociologia*, p. 148). Trata-se de um movimento possuidor de legalidade, por mais que restos da comunicação entre essas tendências se detectem mesmo na era da indústria

[10] ADORNO, T. *Aesthetic Theory*. Londres: Routledge, 1984, p. 39. Segundo o pensador, a filosofia existencial também podia ser vista como expressão da prática da indústria cultural, era uma de suas "formas de reflexão" (*Jargon der Eigentlichkeit*, 1967. Trad. esp.: Madri: Taurus, 1971, p. 42).

cultural. Os *happenings* seriam uma prova disso, que teve seu auge no século passado:

> Em desajuste clownesco com as finalidades utilitárias da vida real em meio a qual se realizam, os *happenings* são em essência uma paródia [do mundo administrado], que eles praticam de uma maneira que, todavia, presta-se à confusão, quando por exemplo são alvo dos *mass media*.[11]

Conforme Adorno nota em sua polêmica com Benjamin, tanto a arte leve quanto a arte séria carregam "o estigma do capitalismo, ambas contêm elementos de troca; ambas são as metades arrancadas da liberdade inteira, que não se deixa somar a partir delas: sacrificar uma à outra seria romântico, seja o romantismo burguês da conservação da personalidade e da magia, seja o anarquista, da confiança cega na autonomia do proletariado no processo histórico".[12]

As experiências de cada uma movem-se como uma só coisa, pautada pela forma mercadoria e sua conversão em bens culturais da indústria, que, todavia, não deveria nos fazer esquecer ou perder de vista "a diferença entre utilizar uma vulgar canção sentimental, na qual nada há para compreender, como pantalha para as mais diversas projeções psicológicas, e compreender uma obra de modo a submeter-se à sua própria disciplina" (*Estética*, p. 296).

As artes sempre foram, em qualquer escala, produtos feitos para abrandar o tédio ou excitar os sentidos dos seres humanos, mas isso não quer dizer que faltem obras que buscam ir, e vão, além dessa função cosmética ou gastronômica. Os fenômenos que hoje determinam suas possibilidades transformadoras em relação à imagem do homem e à criação do sentido da existência se distinguem apenas por sua capacidade de difundirem e ampliarem socialmente em benefício do poder econômico essas funções imemoriais.

Cumpre notar de resto que, conforme a indústria cultural se converte em sistema, as próprias figuras da arte leve e da arte séria entram em processo de dissolução. A leveza tende a se tornar

---

[11] ADORNO, T. "L'Art et les arts", op. cit., p. 57.

[12] ADORNO, T. *Sobre Walter Benjamin*, p. 142. O pensador levantou o ponto em "Social situation of music", p. 132.

cinismo; e a seriedade, incomunicação. O princípio que se impõe, numa e noutra, é o do entretenimento mercantilizado.

> As chamadas necessidades superiores são, em escala mais vasta, produto do processo de renúncia [da satisfação material imediata] e desempenham uma função diversionista através da história. A contraposição das mesmas à superficialidade é desde sempre uma operação problemática, porque já há algum tempo os monopólios se apropriaram do profundo da mesma forma que o fizeram com o superficial. Dirigidas por Toscanini, as Sinfonias de Beethoven não são melhores do que o último filme de entretenimento: sua síntese é um filme com Bette Davis.[13]

A problemática assim aparecida não tem a ver, por outro lado, com a classe social dos que lhe são sujeitos, porque, na era da indústria cultural, não há mais como deduzir a essência da arte da fração do público que a produz ou, mesmo, a consome. Como antes, o popular não exclui o educado e, desde há algum tempo, o culto se democratizou economicamente. O mercado atua cada vez mais de maneira integrada e está aberto a quem puder pagar e tiver interesse, tendo passado a lidar com uma clientela que, embora segmentada, raras vezes faz distinção entre o que é leve e o que é sério, entre formação e entretenimento.

O contraponto vulgarmente feito entre as artes leve e erudita, entre arte e indústria cultural, conforme verificado em nosso tempo, precisa ser visto pois como ideologia, encontrando seu conteúdo de verdade apenas em algumas obras de arte de vanguarda, que sobrevivem exoticamente, de modo antiestético, nos confins da sociedade estabelecida. A produção artística de vanguarda é a única que tende a se opor ao consumo estético massificado, por mais que ela mesma pareça condenada socialmente, na medida em que, pressionada, seu despropósito se transforma cada vez mais em programa idolátrico.

Em contato com a consciência dominante, as vanguardas definham engendrando um tipo de obra que, via de regra, não tem como ser ideológica mas, em compensação, tem pouca ou nenhuma ressonância na esfera pública, convertida em mercado dos bens culturais e espaço de publicidade. No limite, converte-se

[13] HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. *I Seminari della Scuola di Francoforte*, p. 166.

hoje a arte séria em algo do qual temos menos uma lembrança do que uma indicação social e histórica, mas que não sabemos bem o que é e, portanto, se o que temos diante de nós é ou não é arte!

Durante séculos, houve apenas as obras de arte artesanais. As expressões artísticas (pintura, música, teatro) tinham um caráter único, ligado ao momento de contato com a obra em sua originalidade. O progresso das forças produtivas não só ensejou os meios para reproduzi-las (cinema, rádio, vídeo) como levou ao aparecimento de novas formas (filme de ficção, folhetim, música eletrônica), que conferiram ao conjunto a condição de obras de arte tecnológicas.

O conceito de arte nova (moderna) refere-se às (poucas) obras que vêm procurando resistir à liquidação dos valores estéticos que ocorre junto com esse fenômeno, na medida em que esse, conforme a teoria crítica, confunde-se com o processo de conversão da cultura em mercadoria. A condição não requer que sejam artesanais. Devemos distinguir a indústria cultural dos recursos técnicos de que se utiliza.

> Pode-se, querendo, escutar música radical moderna no rádio, mas diante da ideologia dominante na indústria da canção e diante do fato de que o importante é que a cantora canta *Rose alle Hawaii*, quem, perante tal bombardeio, ainda é capaz de se ocupar com os estímulos extraordinariamente diferenciados, individualizados e, sobretudo, intelectualizados da música realmente progressiva?[14]

A circunstância de, atualmente, as obras de arte, quaisquer que sejam, serem conhecidas ou mesmo produzidas através de gravações, filmes e outros meios técnicos, em si mesma, é totalmente irrelevante, pertencendo às condições de nosso contexto histórico. Os elementos essenciais da atividade artística conseqüente estão potencialmente presentes em qualquer meio, mesmo quando não podem se desenvolver autonomamente, em função de sua dependência a forças extra-artísticas.

> Embora o filme procure se despojar de seu aspecto artístico em função de sua necessidade [social] imanente – quase que como se esse aspecto contradissesse seu princípio artístico, ele segue sendo

[14] ADORNO, T. & GEHLEN, A. "La sociologia è una scienza dell'uomo ?" [1964]. In: Ubaldo Fadini (org.): *Desiderio di vita*. Milão: Mimesis, 1995, p. 92.

> arte e uma ampliação de seu conceito inclusive através dessa rebelião [contra o princípio artístico].[15]

O problema é que a transformação da cultura em mercadoria que se esconde por trás do progresso dos meios técnicos privou a arte séria de sua relativa autonomia, enquanto as mudanças na estrutura social condenavam as formas de arte burguesas, como a narrativa, ao esclerosamento ideológico. Os estímulos estéticos tornaram-se um motivo de finalização especializada e passaram a ser empacotados de acordo com as médias de gosto descobertas no mercado.

As formas que a isso resistiam tomaram, ao invés, o caminho da marginalidade. "A satisfação sensorial, por vezes punida de modo ascético e autoritário, tornou-se historicamente inimiga direta da arte, na medida em que a eufonia dos sons, a harmonia das cores, a suavidade tornaram-se kitsch e marcas distintivas da indústria cultural" (*Estética*, p. 307).

A consciência estética, todavia, não sucumbiu de todo diante desse processo, inclusive onde os artistas não tomaram o caminho da resistência. As vanguardas realmente sérias se negaram a ser coniventes com o mercado e a abrir mão de sua autonomia, conforme exigido pelos novos aparatos de publicidade.

> Cocteau não foi o primeiro a apontar que, a partir do impressionismo, o desenvolvimento da nova pintura só poderia ser entendido em sua relação com a fotografia. Em termo de estruturação ótica, a pintura torna-se aquilo que escapa à técnica fotográfica e, ao mesmo tempo, torna-se uma resistência contra a metamorfose do mundo em seu decalque fotográfico, que hoje se vai completando. Análoga é a relação da música artística com a música ligeira [...] na medida em que, para não fazer o jogo do rebanho geral, se volta contra o ouvinte, contestando as costumeiras concepções de imediatez e naturalidade (*Sociologia*, p. 152).

A estratégia de posicionamento adotada pela arte séria foi, noutros termos, reclamar a reificação para seu próprio trabalho, a fim de que, na falta de outra opção, essa surgisse de seu próprio impulso, ao invés de lhe ser imposta pela sociedade. A produção

[15] ADORNO, T. "L'Art et les Arts", p. 56-57. Cf. Hauke Brunkhorst: *Theodor Adorno, an introduction*. Londres: Falmer, 2000, p. 133.

estética que não quis ser cooptada passou a ser desestetizada, despojou-se de seu aspecto "culinário", como dizia o pensador; e, pouco a pouco, foi assumindo uma forma cada vez mais enigmática. Os artistas não tiveram outro recurso senão despojar suas obras da aparência do belo e do agradável e, tendo em vista sua nova forma de atuação, colocar-se a distância dos meios de difusão que, noutro contexto, talvez pudessem aproximá-los da população (*Estética*, p. 272).[16]

A contraposição entre vanguarda séria e indústria cultural que, apesar de hoje superada, ensaiou-se assim, no entanto, não ocorreu no plano da técnica.

> O rádio viu-se privado em boa parte de seu direito mais legítimo, que seria transmitir às residências particulares uma música que, devido à sua própria estrutura, seguisse os princípios mais apropriados àquelas condições de escuta: isso se explica sociologicamente.[17]

Para Adorno, o conceito de arte moderna deve ser reservado aos procedimentos técnicos que, em seu próprio modo de ser, convertem as obras em imagem da sociedade capitalista, e não àqueles da produção em massa que querem servir a essa mesma sociedade. A perspectiva não significa, porém, que essas obras não possam se valer da técnica, porque nada obsta para que dela se utilizem. Durante vários anos, o pensador sustentou que as técnicas artísticas e industriais divergiam, não tendo o mesmo sentido em nosso contexto histórico (*Cinema*, p. 24).

Segundo Adorno, a criação e emprego das técnicas de reprodução eram expressão de uma era em que o progresso técnico se encontra fora de controle social. As pessoas estão sujeitas à técnica maquinística por força econômica. Com base nisso, argumentou que as novas mídias não poderiam ser veículos artísticos autônomos. O cinema e o disco, para ficar neles apenas, eram,

[16] Paradoxalmente, porém, a produção autônoma passou a depender do apoio de órgãos públicos e privados – que, embora ela denuncie, tornaram-se seu único meio de subsistência (*Indústria*, p. 102). Qualquer um que queira fazer algo tem "de se submeter e colaborar, adaptando-se de algum modo ao princípio imperante, ou ao menos colocar-se à frente de ligas e seitas fantásticas para converter-se, protestando contra a coletivização, em objeto de outra, não menos duvidosa do que aquela primeira" (*Dissonâncias*, p. 189).

[17] ADORNO, T. *Il fido maestro sostituto*, p. 270.

antes de mais nada, formas do recém-estabelecido imperialismo cultural da tecnologia maquinística.

A tecnificação da arte era, em sua ótica, um subproduto do "fascínio que exerce o progresso ambivalente, que, à expensa do possível, considera seus supostos efetivos como garantia de irrefutabilidade – para neles se acantonar; [desse progresso que] empurra-nos para o estado de coisas existente e, assim, converte-se secretamente em regressão, para a qual tende por ora o conjunto da sociedade industrial tardia".[18] A possibilidade de dessacralizar as obras de arte que se escondia nos meios técnicos, na medida em que esses meios poderiam reproduzi-la da maneira menos espiritual possível, fora virtualmente neutralizada pela sua exploração econômica no âmbito da indústria da cultura.

As tecnologias de comunicação surgiram e passaram a atuar no bojo da expansão das relações mercantis e, assim, viram-se impedidas de ensejar a criação de formas de arte adequadas às suas condições materiais e históricas. "O cinema e o rádio foram determinados artisticamente pelos que chegaram primeiro e descobriram o aspecto comercial das novas técnicas" (idem, p. 66).

Os esforços no sentido antes referido abortaram, e não houve outra opção para essas técnicas senão se curvarem à *ratio* comercial. O caminho seguido foi, em regra, a adaptação de velhas formas de arte. A televisão, o rádio e o disco, por exemplo, não evocaram nenhuma forma nova de música ou imagem. Todos esses meios, em geral, limitaram-se a veicular o material sonoro e visual criado fora de seu âmbito.[19] O cinema logrou criar a figura do filme de ficção mas, via de regra, esse tomou como modelo a novela burguesa do século XVIII.

Resumidamente, Adorno sustentava que a produção destinada aos meios de difusão em massa é moderna pelo fato de aceitar os esquemas industriais e mercantis. A novidade não está nos bens que gera, mas nas últimas técnicas descobertas para veiculá-las e seus respectivos instrumentos propagandísticos. Entretanto,

---

[18] ADORNO, T. "Musica y tecnica, hoy", p. 149.

[19] ADORNO, T. "The form of the phonograph record". In: – *October* 55 (56-61) 1990, p. 56-57. "Social critique of radio music", p. 275. Stravinski, Duchamps e Breton, entre outros, cogitaram essa possibilidade que, todavia, revelou-se improdutiva socialmente. Cf. Kahn, D. & Whitehead, G. (orgs.): *Wireless imagination*. Cambridge (MA): MIT Press, 1992.

convicção como essa não o impediu de reconhecer em seus escritos tardios que é possível produzir esteticamente com as técnicas industriais, porque, em última instância, as mesmas forças humanas de produção atuam por detrás do maquinismo tecnológico e da técnica puramente artística.

> O perigo do fetichismo tecnológico e da pesquisa diletante estranha ao verdadeiro significado da coisa não pode ser substancialmente deplorado como uma mera aberração, dado que este perigo é um aspecto necessário e inseparável da presente crise do sentido musical e do conjunto dos fatores estéticos.[20]

As prédicas em favor da cultura contra a máquina são tão reacionárias hoje como o foram no passado, porque "já faz muito tempo que a técnica e os materiais disponíveis vêm inspirando a fantasia, a mesma fantasia que os pedantes defendem contra ela [isto é, a tecnologia]". Os procedimentos eletrônicos e o filme são meios através dos quais sem dúvida se pode criar obras originais. Tecnologicamente, constituem, tanto um quanto o outro, "o processo mais progressista existente, porque possuem [em princípio] o máximo de liberdade em relação ao material que lhe chega pronto e [em tese] apenas aguarda ser descrito e transmitido: a produção e a reprodução coincidem, produzindo-se somente o que se pode ver na tela [ou no alto-falante]".[21]

Conforme explica o pensador, "o antagonismo no conceito de técnica", que opõe a idéia "de algo intra-esteticamente determinado a um desenvolvimento exterior às obras de arte, não pode conceber-se de modo absoluto". A diferença pode e deve ser mediada. Precisamos reconhecer que é "possível produzir artisticamente a partir da natureza específica de meios de origem extra-artística" (*Estética*, p. 46). Ainda mais, podemos nos valer de procedimentos artísticos para corrigir e ultrapassar as técnicas extra-artísticas imanentemente (idem, p. 177). A construção e a montagem são meios artísticos que surgiram como expressão da era da técnica e que, no entanto, podem "desembocar numa forma estética ainda desconhecida, cuja organização racional anun-

---

[20] ADORNO, T. *Il fido maestro sostituto*, p. 264.
[21] ADORNO, T. *Il fido maestro sostituto*, p. 273-274.

cia a supressão de todas as categorias da administração e de todos os seus reflexos na arte" (idem, p. 252).

Visualizado em chave utópica, o processo poderia levar a máquina e a arte a se voltarem contra os conceitos que as dominam hoje em dia (isto é, como indústria cultural), de modo que não apenas as fronteiras que as demarcam (seriedade e leveza, criatividade e consumo, etc.), mas elas mesmas se apagassem ou fossem superadas como princípios de identidade que se posicionam diferentemente na sociedade. Atualmente, a criatividade artística em geral encontra-se virtualmente dissolvida na prática da indústria da cultura.[22] Entendida utopicamente, a salvação de seus resíduos consistiria na rejeição das fronteiras sempre variáveis e difusas que separam o alto e o baixo, através da invenção de uma forma superior de experiência capaz de reconciliar ou aproximar arte e técnica de um modo mais avançado socialmente do que o existente na sua síntese caótica e estacionária, promovida por essa prática que se converteu em sistema.

4.2 Técnica, arte e entretenimento

A perspectiva serve de ponto de partida para fazermos uma reavaliação do problema da própria indústria cultural, lembrando-se em primeiro lugar que sua oposição à arte nova não deve ser entendida de maneira dogmática, mas crítica e dialética. Em última instância, os espetáculos baratos, que servem de modelo ou matriz dessa indústria, "são – esteticamente – confissões do que as obras de arte autênticas ocultam em si como o seu *a priori* secreto" (*Estética*, p. 97).

Adorno jamais quis jogar a arte séria contra a arte leve, como pretendem alguns de seus detratores. A postura não lhe caía bem até porque, hoje em dia, em seu modo de ver, essa divisão passou a ser criada e mantida pela própria indústria cultural (*Música*, p. 73). A suposição de que ambas podem conviver lado a lado e de

[22] BÜRGER, P. *Teoria de la avanguardia*. 3. ed. Barcelona: Península, 2000. "Quando os protestos da vanguarda histórica contra a arte instituída chegam a ser considerados como arte, a atitude de protesto passa a ser inautêntica. Origina-se daí a impressão de indústria artística que as obras neovanguardistas com freqüência provocam" (p. 107).

que cada um pode escolher à vontade seu partido é produto de um pluralismo indigente e expressão de uma sociedade onde o espírito já não está preso a nenhum conceito apenas como ideologia. Na verdade, os fenômenos encontram-se integrados numa unidade superior, que é a da indústria da cultura, constituindo uma totalidade concreta, "que não se move senão em constante contradição" (*Dissonâncias*, p. 26).

A preocupação do autor foi, antes, esclarecer criticamente essa situação, especialmente a maneira como suas tensões se tornaram tão profundas no capitalismo avançado, a partir da integração forçada das esferas da cultura superior e arte bárbara promovida pela indústria cultural. A crítica que dirigiu à conversão dessa indústria em sistema jamais pretendeu condenar, quer em sentido moral, quer em sentido estético, a arte leve, ainda que por ela não se interessasse. Os componentes estéticos dela originados com que aquela arte trabalha, embora igualmente criticados, não são alvo do mesmo tipo de juízos aplicado à prática da indústria cultural.

O filósofo, sem dúvida, defendeu o alto modernismo, mas não é certo que a principal razão para ter se tornado seu intérprete tenha sido as do elitismo estético. A explicação residiria, antes, na capacidade de resistência à reificação, na condição de sintoma negativo do progresso que, segundo ele, várias obras de arte desse movimento expressariam.

A passagem seguinte, chocante à consciência, seria prova disso:

> As *Pétites Vielles* de Baudelaire, *O criminoso* de George [e outras] são obras que chegam mais perto da percepção da lei do desmoronamento [da cultura] do que, por exemplo, a descrição contínua e infatigável de favelas e minas [pelas páginas dos jornais]. Se as badaladas da hora histórica ecoam nestas descrições, aqueles poemas percebem o que isso significa. [...] O banal é destinado ao esquecimento. O que adquire forma vale como historiografia secreta (*Prismas*, p. 220).

Adorno não pretende com isso contestar a eventual capacidade de sensibilização estética e de esclarecimento político e intelectual contida na crescente difusão de informações, tendo-a realçado. Porém, mantinha uma postura crítica, que não isentava

a arte séria, ao notar que, em regra, essa difusão depende, quando construtiva, de ideais terapêuticos, afirmadores de um modo de vida sadio, bem estabelecido e organizado burocraticamente.

Na prática, a relação entre as esferas da arte leve e da arte séria, conforme observado acima, é mediada uma pela outra e está sujeita ao processo histórico. Significa que ela comporta a possibilidade de superação. A comprovação se encontra, aliás, na maneira como se vem tentando conciliar essas esferas ao longo da história e, às vezes, chegou-se mesmo a superar com sucesso sua contraposição.

Wolfgang Amadeus Mozart, por exemplo, manejou com tal maestria suas diferenças que, pode-se dizer, chegou ao ponto de ultrapassá-las em *A Flauta Mágica*. Molière, por sua vez, sabia divertir sem perder a consciência da precariedade da existência humana. Já Collete escreveu narrativas profundas, sem se incomodar com o final, no qual a heroína frígida encontra o prazer nos braços do esposo legítimo.

Atualmente, verifica-se, porém, que "a possibilidade desse equilíbrio desvaneceu e as tentativas de amálgama – a exemplo dessas assumidas por compositores diligentes no tempo em que o jazz se tornou mania, permanecem improdutivas".[23] A conversão da indústria cultural em sistema promoveu a sua integração forçada, como costumava dizer Adorno. Apesar disso, precisamos observar que a crítica não pretende proibir a procura da referida superação, nem deveria vedar a possibilidade dela ser encontrada. Nessa hipótese, talvez pudesse ocorrer que nos situássemos, ainda que por um momento, além dos limites impostos pelo processo sistemático e ampliado de transformação da cultura em mercadoria.

O predomínio do entretenimento como sentido imediato do consumo de bens culturais, vendo bem, seria uma espécie de compensação histórica pela perda das experiências de vida onde

---

[23] ADORNO, T. "On the social situation of music", p. 160. Existem vários estudos sobre a questão do jazz em Adorno. Christian Béthune é autor de um dos melhores e mais completos. Resume bem uma idéia de Adorno o juízo de que, em seus escritos, "regressivo no plano afetivo e em sua dimensão estética, o jazz também se revela reacionário em sua expressão social tanto quanto em suas implicações políticas". Porém, cremos, não segue disso que, no entender do pensador, os artifícios dessa música sejam todo o oposto "da promessa de liberdade radical engendrada pela autêntica obra de arte" (cf. *Adorno et le jazz*. Paris: Klincksieck, 2003, p. 27).

o sério e o ligeiro ainda não estavam tão separados. Apenas por causa de sua mutilação mercadológica, pois, "é que o vulgar representa o plebeu posto de lado pela chamada arte nobre" (*Estética*, p. 268).

A contraposição entre cultura e barbárie, arte séria e distração barata, sempre existiu enquanto expressão da divisão da sociedade e, se passou a ser vista com maus olhos com a ascensão da era moderna, não deixou de indicar uma verdade a respeito da sociedade: falsa é só a tentativa de fundi-las numa síntese mercantil pasteurizada. Noutros termos, o problema com a indústria cultural é que ela, "em detrimento de ambas, força a reunião das esferas da arte superior e da arte inferior, separadas há milhares de anos. A seriedade da arte superior é destruída através da especulação sobre sua eficácia; a da inferior é perdida com a imposição de coações civilizadoras à resistência rebelde que carregava consigo quando o controle social ainda não era total" (*Indústria*, p. 93).

Dentro dela, a arte séria viu-se privada de sua força, passando a ser mais um motivo de distração, e a arte leve terminou seqüestrada pelo cálculo puramente mercantil. A subordinação da produção cultural erudita não significou a democratização da cultura, levando antes à supressão do projeto contido em seu conceito. "Os conteúdos objetivos da formação cultural, coisificados como mercadorias, sobrevivem [agora] à custa de seu conteúdo de verdade e de suas relações vivas com o sujeito vivo, o que de certo modo equivalia à sua definição" (*Pseudocultura*, p. 245).

Entretanto, a cultura popular também saiu perdendo. O desenvolvimento industrial tende a privá-la da espontaneidade, transformando-a em artigo de consumo uniformizado. Aparentemente, os primeiros filmes de animação eram fantasias que tentavam dar uma segunda vida aos mutilados pelo progresso, antes de se tornarem um meio de habituar os sentidos ao ritmo da vida moderna. O jazz foi em sua origem uma expressão do lumpesinato negro, que não obstante terminou sendo cooptada pela indústria, privada dos seus aspectos críticos e transformado em iguaria

de classe média alta, a despeito de suas eventuais qualidades, segundo Adorno.[24]

A racionalização a que a arte bárbara foi submetida colocou-a na dependência do processo de divisão do trabalho: agora, o caçador de talentos, o produtor, o divulgador, o vendedor, etc. dirigem e controlam seus impulsos. Os artistas populares são procurados, descobertos, reformatados e divulgados por profissionais de classe média. A aventura arriscada que, às vezes, era a visita ao bordel converteu-se, para muitos, no hábito mais ou menos terapêutico de fazer uso dos serviços de telessexo e comprar produtos eróticos no comércio especializado. A espontaneidade passou, em suma, a ser canalizada no sentido de permitir a reprodução ampliada do sistema técnico e mercantil em que atualmente se tornou o todo da sociedade.

O principal problema, contudo, provém do fato dessa síntese perpetuar a própria separação entre cultura e trabalho, o caráter cindido da práxis humana, conforme foi definido na origem da sociedade. "O combate à cultura de massa só pode consistir em assinalar sua conexão com a persistência da injustiça social", esclareceu Horkheimer (*Prismas*, p. 109).

A verdadeira utopia civilizatória consiste não em reconhecer, mas em superar a alternativa entre trabalho e diversão, porque "quem conhece a liberdade acha insuportável todo divertimento tolerado [pela] sociedade [existente], e fora de seu trabalho [,em que se realiza,] recusa-se a se entregar a algum prazer substituto" (*Minima*, p. 113). No capitalismo, acontece que a possibilidade de realizar-se integralmente, cultivar o próprio modo de ser, estendeu-se às massas, mas como diversão. A cultura tornou-se assim, porém, uma paródia de si mesma, pois onde não envolve a distração, reveste-se de um caráter utilitário ou de prestígio social totalmente comprometido com as regras da economia mer-

[24] Lendo Adorno, conviria distinguir entre seus juízos históricos sobre, por exemplo, o jazz, e seus juízos teóricos (históricos e filosóficos) sobre, no caso, a indústria cultural. Tanto uns quanto os outros podem estar errados ou equivocados, mas não no mesmo plano. Abrir polêmica num deles não implica a mesma forma de argumentação que o outro o exigiria. Julgamentos factuais estão sempre sujeitos à revisão, mas só podem ser bem avaliados em relação a contextos conceituais esclarecidos e que sejam capazes de permitir a sua contínua reconstrução histórica e filosófica. Defender essa tese, e não os juízos do filósofo, como se vê em muitos tratamentos do assunto, é uma proposta central deste *Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural*.

cantil. A realização individual da maioria é matéria confiada da maneira mais baixa possível ao tempo livre colonizado pela indústria cultural e continua separada da práxis produtiva que lhe daria concretude.

Noutros termos, o trabalho ou ação instrumental conserva o aspecto coercitivo e, a cultura, é tratada de maneira improdutiva. Na verdade, essa virou motivo de uma profissão, que procura fazer esquecer do que temos de passar para sobreviver, ao invés de um momento integral e constante da própria autoconservação. As mercadorias e serviços culturais são, para a maioria, um sucedâneo da possibilidade de pesquisar, escolher e conduzir a própria vida segundo suas próprias intenções, de maneira realmente autônoma.

> Enquanto em sua estrutura [funcional] trabalho e divertimento se tornam cada vez mais semelhantes, as pessoas passam a separá-los de um modo cada vez mais rígido com invisíveis linhas de demarcação. De ambos, foram expulsos, na mesma proporção, o prazer e o espírito. Lá como cá imperam a seriedade sem humor e a pseudo-atividade (*Minima moralia*, p. 114).

A separação entre trabalho e diversão que sucede à oposição entre cultura superior arte bárbara esconde o fracasso da cultura. A cultura pretendia superar aquela divisão e, com ela, a própria idéia de divertimento porque, em princípio, "as necessidades do público [sempre] englobam ambos os aspectos: a exigência honrada de uma [arte] válida e o desejo turvo de evasão; e nenhuma reação isolada dele é suscetível de ser subsumida em uma ou outra categoria".

A crítica à indústria cultural é uma reflexão que conserva a referida pretensão submetendo essa partilha a um exame que não deve ser visto como uma tomada de posição em favor da cultura elevada mas, antes, como referencial teórico de "um método objetivo que consiste em determinar em cada ocasião, a partir da função e da natureza [da arte], até que ponto esta cumpre sua respectiva tarefa ou até que ponto sua humanidade se limita exclusivamente a dissimular o inumano" (*Cinema*, p. 171).

A situação social vivida hoje impede que se possa definir por princípio quais são as necessidades verdadeiras e falsas, quais obras, bens e meios são *a priori* forjados ou autênticos. A repro-

dução das condições de vida e a sua exploração mercantil, fantasia e conformismo, formam uma unidade, que em tese se inscreve em todas as manifestações da sociedade. O julgamento precisa ser feito pois caso a caso, levando em conta ainda as constelações históricas de fatores em que eles se inserem.

> Os sujeitos humanos, incluindo os mais atrasados e presos às convenções, têm direito à satisfação de suas necessidades, ainda que sejam falsas necessidades. O pensamento que se ocupa das verdadeiras necessidades, as objetivas, levando-nos a pôr de lado toda subjetividade, sem lhe dar a menor consideração, transforma-se em opressão brutal, seguindo o exemplo que [na política] contrapõe a *volonté générale* à *volonté de tous*. Até mesmo nas falsas necessidades que desfrutamos vigora um resquício de liberdade.[25]

Conforme escreve Adorno, a condenação do kitsch e da arte leve "esconde um aspecto da barbárie, do mal-estar destruidor na civilização" (*Estética*, p. 77). Os hedonismos populares costumam ser julgados como uma forma degenerada da alta cultura. Entretanto, "quem os lastima como traição do ideal da expressão pura está alimentando ilusões sobre a sociedade" (*Dialética*, p. 127).

O entretenimento barato ofertado pela indústria é um testemunho menor do fracasso da referida cultura e, por outro lado, até mesmo nesse desastre há um bom auspício. O conceito de arte pura não existe *a priori*: surgiu pouco a pouco, no decurso de um processo marcado pela dominação. Tivesse essa tido um fim, talvez a arte viesse se associar à brincadeira. A cultura superior é apenas o presságio de uma situação social e humana mais avançada em comparação com a produzida pelo passado. "Para quem o objetivo é a eliminação das classes sociais e das carências materiais, a dissolução da cultura até agora existente não é um preço muito alto a pagar pela sua realização", disse Adorno.[26]

A liberdade das massas em relação às exigências postas pela arte séria possui um sentido humano, na medida em que sinaliza (abstratamente) um estado dessa espécie, no qual a cultura deixaria de ser exigida ou imposta à sociedade. A verdadeira liberdade é de ver que, às vezes, "acontece de haver mais verdade no que

---

[25] ADORNO, T. *L'art et les arts*. Paris: Desclée de Brouwer, 2002, p. 98.

[26] HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. *I Seminari della Scuola di Francoforte*, p. 150.

contempla o céu tranqüilamente do que naquele que sabe como escutar de maneira correta a *Eroica* [Beethoven]" (*Música*, p. 25).

A postulação ou temor de que mesmo em uma época emancipada o consumo de bens culturais siga os padrões vigentes hoje é absurda, na medida em que época como essa será formada por outros seres humanos e só eles poderão fornecer uma resposta a essa pergunta, por si só privada de sentido no curso do processo histórico de criação de uma forma mais elaborada de sociedade. A produção cultural como um todo é produto de uma especialização que talvez venha a ser dissolvida e, por isso, é preciso conceber a possibilidade de que a própria figura da cultura, superior ou inferior, seja, futuramente, transcendida por algo mais humano e avançado, em vez de o ser apenas pela indústria cultural.

As expressões desestetizadas da arte séria recente são "o oposto absoluto de uma situação coletiva onde as imagens seriam abolidas e onde a arte viria a desaparecer, porque então seria realizada a utopia cujo sinal se encontra inscrito em toda obra de arte".[27] O fechamento dos museus não é desejável agora, mas deveria ser aceito como possível numa época mais justa, porque seus acervos só valem enquanto sinal de algo cuja razão de ser é a própria realização concreta do projeto que um dia encarnou a arte. "Percebe-se algo desse fenômeno no romance de Proust [*A procura do tempo perdido*], onde fisionomias de quadros e de pessoas se juntam quase sem limites, em meio a recordações de vivências e passagens musicais" (*Prismas*, p. 185).

A reivindicação no sentido de estender a todos os benefícios da cultura superior, raríssimas vezes posta em questão mesmo pelos pensadores de esquerda, possui um caráter histórico e social: é um ideal democrático; mas daí não se segue que seja a única via a seguir, até porque, vendo bem, foi ela que, corrompida, ajudou a abrir caminho para o triunfo da indústria cultural.

Quem se exalta ou irrita por causa desse juízo crítico é apenas o que, partindo do suposto de que o homem não vive só de pão, decidiria, se pudesse, converter uma parcela das despesas com sua fabricação em gastos com livros, museus ou salas de ci-

---

[27] ADORNO, T. "L'Art et les arts", op. cit., p. 57.

nema. A aposta crítica em uma utopia radical, ao contrário, importa na possibilidade de superar não apenas a prática da indústria cultural mas, também, as várias formas de arte elevada, tal como as conhecemos até a atualidade.

Deixando de ser algo especial, poderiam todas as formas de arte vir a ser apenas uma das tantas possibilidades de realização do indivíduo, sem o peso morto que é o próprio conceito de obra de arte.

> Quando a sociedade sem classes promete a supressão da arte, superando a tensão entre o real e o possível, promete também o início da arte, do inútil, cuja noção tende à reconciliação com a natureza, na medida em que, por essa via, a arte se desvincularia do que é útil para os seus exploradores.[28]

Historicamente, contudo, aconteceu que os privilégios conservados pelas classes dominantes excluíram as camadas populares da possibilidade de terem uma formação e de cada um viver de acordo com suas inclinações. Restou a elas apenas o divertimento. Destarte, precisamos convir que essas camadas têm toda a razão em se distrair durante o tempo em que não têm de lutar pela sobrevivência. Na sociedade repressiva, o entretenimento obrigatoriamente tem, mesmo sendo em geral embrutecedor, um significado emancipatório.

> Nós não podemos culpar as pessoas porque elas estão mais interessadas na esfera privada e no consumo do que na da produção. Este traço contém um elemento utópico. Na Utopia a produção não desempenha um papel decisivo: ela é a terra do mel e do leite. Penso que é de profundo significado que a arte e a poesia sempre mostraram uma afinidade com o consumo.[29]

Desde o início dos tempos, o entretenimento e a arte leve foram sinal negativo da dominação, mas também de liberdade subjetiva e corporal. Os fenômenos possuem sua dialética, na medida em que se, de um lado, significam uma fuga e, assim, pôr-se de acordo, ainda que indireto, com a ordem social, de outro representam uma antecipação utópica da boa sociedade, a liberta-

---

[28] HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. *I Seminari della Scuola di Francoforte*, p. 168.
[29] Max Horkheimer apud Martin Jay: *Dialectical imagination*, p. 213.

ção das tarefas mecânicas e compulsórias: eles são, em síntese, a aparência de um direito objetivo da humanidade.

A transformação da indústria cultural em sistema alterou o sentido, mas não chegou a suprimir esse momento. Atualmente, o aparelho de televisão "oferece à dona de casa, apesar dos filmes destinados a integrá-la, um refúgio onde ela pode passar algumas horas sem controle, assim como outrora, quando ainda havia lares e folgas vespertinas, ela podia se pôr à janela para ficar olhando a rua" (*Dialética*, p. 130).

"A argumentação social diretamente dirigida contra a indústria cultural possui componentes ideológicos" (*Estética*, p. 29), porque a esfera da alta cultura é mediada pela diversão e, mais, todas as obras de arte, em alguma medida, sempre estiveram contaminadas pelos esquemas mercantis da indústria (Cf. *Indústria*, p. 106). "O elemento do desvario e do burlesco" está contido de maneira sublimada "mesmo nas obras mais importantes" (*Estética*, p. 139), assim como "os refúgios da arte circence que perdeu a alma [no âmbito da indústria]" eventualmente podem "representar o humano contra o mecanismo social" (*Dialética*, p. 134).

A separação entre as esferas da cultura superior e da arte bárbara é produto de um processo histórico mas, por isso mesmo, algo que não é absoluto. "O kitsch mais miserável e que, no entanto, se apresenta necessariamente como arte, não pode impedir o que ele detesta, o momento do em-si, a pretensão à verdade" enquanto, por outro lado, "mesmo na obra superior se encontra oculto, sublimado até à sua autonomia, o momento do para-outro, algo que busca o resíduo terreno da aprovação [social]" (*Estética*, p. 345).[30]

O conteúdo de verdade dos vários meios de expressão se modifica de maneira histórica: o kitsch pode tornar-se arte, assim como a arte pode tornar-se kitsch.

Stephan Zweig conseguiu produzir "romances bastante matizados" em sua juventude, mas no fim submeteu-se à "visão de

---

[30] Em *Culture Industry*, p. 61, pode-se conferir a maneira como essa conexão moveu a figura do "show de variedades". Robert Witkin comenta que "a suspensão dos processos de desenvolvimento, do temporal e do histórico é a própria essência das *variedades*". Em Adorno, prossegue, "os quadros de variedades demonstram a rígida dominação da repetição que caracteriza a técnica, apropriada neles como liberdade encenada" (*Adorno on popular culture*, op. cit., p. 65-67).

mundo do filisteu da cultura", ao pretender explorar a "psicologia do homem criativo" (*Sociologia*, p. 170). Artistas que eram modernos há pouco tempo, podem se tornar populares com o passar dele, mas também vice-versa: o juízo depende de um exame do rumo tomado pela arte no contexto global da sociedade A crítica que se pretende justa não deveria condenar a diversão, porque teria um caráter desnaturado, nem mistificar a arte, porque é feita fora das regras.

Conforme escreve Adorno, "Mahler criou uma música formidável não a despeito do kitsch para o qual ela tende, mas por causa da maneira como sua construção solta a língua do kitsch, liberando o desejo que o comércio explora e que em troca o kitsch serve".[31] O surrealismo tomou parte de seus modelos da pornografia, exemplo acabado do fetiche da mercadoria cultural, para poder mostrar onde chegamos com a completa imposição dessa última forma à sociedade.

> As coisas que ocorrem nas colagens, as coisas que são convulsivamente penduradas nelas, como as linhas lascivas que rodeiam uma boca, são como as mudanças que acontecem na imagem pornográfica no momento em que o voyeur chega à satisfação. Os seios extirpados e os manequins com meias de sedas que vemos nas colagens são objetos dos desejos perversos que haviam excitado a libido (*Literatura* I, p. 89).

Devemos a Andreas Huyssen uma análise seminal dessa conexão insuspeita entre os conceitos de arte séria e indústria cultural, conforme ela pode ser extraída do ensaio de Adorno sobre Wagner. Segundo o autor, o referido livro pode ser lido como um relato sobre o nascimento do fascismo do conceito wagneriano de obra de arte total mas, também, do espírito da cultura de massa de uma das expressões artísticas mais ambiciosas do século XIX. Cedendo às forças mercantis com que suas obras tinham de lidar, o artista "escondeu o crescente estranhamento do compositor perante o público ao conceber sua música como ges-

[31] Theodor Adorno apud Ülrich Schönherr: "Adorno and Jazz". In: *Telos* 87 (85-96) 1987, p. 95. Cf. Theodor Adorno: *Mahler*. Barcelona: Península, 1987. Beckett também poderia servir de exemplo dessa relação dialética entre arte séria e arte leve. Segundo consta, os personagens e anti-heróis de suas peças "foram inspirados pelos clowns e pelo burlesco cinematográfico" (*Estética*, p. 99).

to impressionante e cooptar a audiência para suas obras através de efeitos calculados".[32]

Resumidamente, Adorno sugere, nessa análise, que a cultura de mercado não se impõe à arte apenas do exterior, porque a própria arte se revela portadora de seus motivos, na medida em que se emancipa das formas de arte tradicional. As óperas wagnerianas possuem mais do que o caráter mercantil: as fantasmagorias por elas agenciadas em moldes tipicamente tecnológicos têm em si mesmas o cunho de bens de consumo. "A totalidade da música parece – em certos casos – ter sido concebida primeiro em termos da batida e só depois preencheu-se sua estrutura; especialmente nos primeiros estágios dos dramas musicais que o músico estilizou, o tempo parece ser uma espécie de moldura abstrata."[33]

Em *Minima Moralia*, o pensador escreveu que a evolução das obras de arte e a emergência da soberania do artista como figura social estão ligadas às origens da prática da indústria cultural:

> A cultura de massas contemporânea é historicamente necessária não só como conseqüência da apreensão da totalidade da vida por parte de enormes empresas, mas de o que, hoje, parece ser o contrário mais extremo da imperante estandardização da consciência: a subjetividade estética.[34]

Baudelaire, Wagner e Manet, embora criadores de arte séria, abriram como tantos outros o caminho para sua conversão em narcótico sensual e, assim, em força auxiliar no processo, ocorrido em seguida, de transformação da indústria cultural em sistema. Antes deles, "Meyerbeer já tinha, porém, reduzido os temas políticos a mero espetáculo, como ocorre nos filmes em technicolor ou biografias de celebridades que a indústria cultural põe no mercado em nossos dias" (*Wagner*, p. 114).

Depois Stefan George desprezaria a massa para "transformála, através de uma técnica de dominação que está em estreita re-

---

[32] HUYSSEN, A. "Adorno in Reverse" (*After the great divide*, op. cit., p. 16-43). Podemos ler do mesmo modo, apenas com alteração de campo, da música para literatura, o ensaio "George e Hofmanssthal" (*Prismas*, op. cit., p. 187-221).

[33] ADORNO, T. In: *Search of Wagner*. Londres: Verso, 1991, p. 30-31.

[34] ADORNO, T. *Minima moralia*. Trad. esp: Caracas, Monte Avila, 1975, p. 188.

lação com a técnica artística, em uma massa de consumidores forçados" (*Prismas*, p. 206). Schiller secretamente antecipara, contudo, toda a situação, consolidada pelas suas práticas, "na qual a arte é prescrita a homens de negócios fatigados como remédio de poltrona" (*Literatura* II, p. 248), ao defender que "a vida é bela" em suas supracitadas *Cartas*.

A explicação para essa metamorfose está no fato de que a emancipação da subjetividade estética promovida pelos tempos modernos contém em germe, e não só depois de alguma traição, a conversão dos seus conteúdos expressivos em objeto de cálculo por parte dos veículos dessa indústria. A arte séria só de maneira excepcional e cada vez menos verificável se subtrai a um processo de unificação global, em última instância promovido pelo mercado.

Sinal disso é o tipo de exigência de estilo que se pôde constatar, sobretudo, na época do *art nouveau* e, em seguida, com o *modern style*. O movimento que tornou todas as artes bens de consumo de massa e os seus consumidores em objetos de cálculo psicotecnológico estava inscrito socialmente como possibilidade histórica nas condições de nascimento tanto da arte leve quanto da arte séria.

Richard Wagner, por exemplo, conta-se entre os criadores de obras de arte puras e, no entanto, praticava a indústria cultural, na medida em que, embora autônomas, suas obras, como as de outros,[35] articulam seus conceitos principais como fantasmagorias. Significa que, em suas óperas, os materiais estéticos são elaborados de maneira regressiva. A técnica artística serve para criar um refúgio onde a consciência pode encontrar abrigo, ao invés de fazer frente aos problemas que os referidos materiais colocam historicamente. As experiências constitutivas da cultura de massa – fetichismo, reificação, regressão, pirotecnia e mito – não

[35] Tchaikovsky, Maeterlinck e Wilde (*Estética*, p. 268), também, conceberam modelos para e "serviram à indústria da cultura, antes mesmo dela encontrar seus verdadeiros consumidores" (Theodor Adorno: *Quasi una fantasia*. Paris: Gallimard, 1978, p. 48-49). "Essa tendência já se delineia em Saint-Beuve" (*Sociologia*, p. 170). "Páginas inteiras de Oscar Wilde poderiam servir como catálogo de joalheria" (*Prismas*, p. 215). Gustav Mahler e Paul Valéry teriam sido, ao contrário, uns dos primeiros a resistir a esse processo (*Literatura* I, p. 98-108).

somente se encontram contidas em embrião como são elaboradas de maneira que preludia a indústria cultural do século XX.

Jovem, Nietzsche teria "errado ao reconhecer na obra de arte do futuro o que nós podemos testemunhar ser antes o nascimento do filme a partir do espírito da música". A superação do confronto entre as obras de arte sérias e leves, entre autonomia e heteronomia estéticas, está potencialmente inscrita nas condições de emancipação tanto de uma quanto de outra. "Poucos documentos demonstram mais expressivamente como é equívoco afirmar que [os esquemas da] cultura de massa foram impostos à arte desde fora" quanto as óperas de Wagner (p. 107-108).

Contrariamente a Mahler, Wagner não logrou articular em sua música as rupturas culturais de seu tempo, esforçando-se por preservar a autonomia da obra de arte, virtualmente condenada, através da criação de uma falsa harmonia que, de fato, apresenta-se como uma tentativa de retorno à mitologia. O compositor concebeu e explorou sua arte como matriz de efeitos regressivos e mitificantes, fonte de intoxicação, procurando "amenizar as relações alienadas e reificadas existentes entre os homens e fazendo-as soar como se ainda fossem humanas" (p. 100).

A fantasmagoria que se encontra em suas criações por certo é extremamente complexa e, no limite, veiculadora de um impulso crítico, conforme demonstra a maneira como suas obras questionam o prazer como figura doentia. A substância tóxica que destila ilusões no público é ao mesmo tempo responsável pela sua eventual desilusão esclarecida. O ponto não deve nos fazer ignorar, porém, que, por essa via, suas óperas, obras de arte totais, articularam o ingresso das fantasmagorias, "maravilhas da tecnologia", no âmbito da arte elevada e, assim, anteciparam sua dissolução no meio do espetáculo tecnológico mercantil contemporâneo (p. 91-95).[36]

As considerações externadas acima revelam que cabe à crítica à indústria cultural matizar seus juízos negativos, porque, seus criadores tendo visto ou não, também essa indústria tem sua dialética. A pretendida integração mercantil das esferas da formação e barbárie não exclui momentos em que reluzem meios de corri-

[36] Cf. Carta de Alfred Sohn-Rethel a Adorno, 29/01/1938. *Correspondência* (1936-1969), Roma: Manifesto Libri, 2000, p. 87.

gir a seriedade da obra de arte negativa, nem a possibilidade de se proceder a uma verdadeira conciliação. Os processos sociais que dão forma à cultura de massa influenciam até mesmo as obras de arte com mais alta ambição. Mas então, a recíproca é verdadeira. Os procedimentos artísticos, em princípio, também podem se fazer presentes na cultura de mercado. A esfera do kitsch que lhe serve de modelo por certo não pode dar lugar a obras negativas, mas o mesmo não vale para o caso de obras bem-sucedidas esteticamente.

Adorno jamais deixou de, crítica e dialeticamente, redimir a arte leve:

> Existe verdade até na literatura marginal [*pulp literature*], para qual o gosto literário e a sabedoria mundana fecham o nariz: as coisas que ocorrem na raiz da sociedade, no submundo de sua esfera produtiva, só se tornam visíveis pelas margens (*Literatura* I, 123).

Assim sendo, por que não podemos especular se fenômenos análogos não se manifestam no âmbito da indústria da cultura ?

Deborah Cook baseia-se em Adorno para afirmar que as mercadorias culturais eventualmente podem satisfazer necessidades sociais que transcendem ou escapam ao contexto da sociedade capitalista. A produção artística e literária voltada para o mercado se caracteriza por renunciar a sua autonomia e se apresentar sob a forma de bens de consumo que satisfazem necessidades previamente estabelecidas. Entretanto, convém notar que esses bens possuem diversos graus de reificação, não devem ser vistos de maneira unidimensional.

Conforme explica a autora, "o fato de que os estágios iniciais do processo de trabalho cultural possuem certos aspectos artesanais permite que alguns produtos menos padronizados e enfeitiçados possam chegar ao mercado – embora a formatação, excessivamente inclinada a imitar os produtos bem-sucedidos, contribua para neutralizar essa possibilidade".[37]

[37] COOK, D. *The culture industry revisited.* Lanham (ML): Rowman and Littlefield, 1996, p. 103. Embora se esboce um processo de divisão do trabalho no âmbito das empresas musicais, "não se deve comparar de maneira muito literal o modo de produção da música ligeira, que enseja produtos massivos, com a produção de massa industrial", porque "o procedimento permanece por assim dizer artesanal e, em última ins-

Para Adorno, as obras de arte sérias são as que, eventualmente, não apenas logram resistir à reificação – revelando em suas formas estéticas um momento de oposição à estrutura social dominante, mas – ainda – conseguem remeter as demandas não atendidas pelo sistema para fora do seu horizonte ideológico. A estratégia para tanto consiste em criar um feitiço capaz de romper o fetichismo e, assim, proceder à negação do seu caráter de mercadoria.[38]

O conceito de indústria cultural exclui em si mesmo essa alternativa, mas não a de produzir obras bem-sucedidas. Considerando que o caráter mercantil é uma condição de verdade da obra de arte e se é verdade que a mercadoria pervade sua estrutura sem privar-lhe de força, podemos perguntar, de fato, por que a indústria cultural não poderia dar lugar a alguma nova forma de arte ou, para usar um termo mais brando, "bons produtos" (Dieter Prokop).

Adorno chegou a escrever que "a indústria cultural possui seu momento de verdade em satisfazer uma necessidade substancial, proveniente da recusa socialmente intensificada [à felicidade]", acrescentando em seguida porém que, "mediante o seu tipo de concessão, ela se torna a inverdade absoluta". A promessa contida no projeto da formação estética do homem era uma utopia, porque conflitava abertamente com a realidade. As mercadorias culturais da indústria são ideologia, porque suas agências não cumprem o que prometem e ao mesmo tempo deixou de ser utópico: uma sociedade não mutilada pela mentalidade utilitária, o trabalho alienado e a disputa pelo poder econômico.

> A felicidade encontrada através de indústria cultural é simplesmente substituto e falsidade, na medida em que, referindo-as sempre ao estado de coisas que provoca sua falta, consiste na verdade em processo pelo qual se planifica e explora a necessidade de felicidade (*Estética*, p. 342).

---

tância, não se chega à racionalização total" (*Introduzione a la sociologia della musica*, p. 37-38).

[38] ZUIDERVAART, L. *Adorno's aesthetic theory*. Cambridge (MA): MIT Press, 1991, p. 88-89. Para nós, Cook confunde o conceito de obra de arte autônoma com o de obra de arte moderna (op. cit., p. 124-125). O problema, parece-nos, deve ser tratado a partir da distinção adorniana entre Stravinski e Schoenberg (*Filosofia da nova música*).

A felicidade obtida nesse caso é a felicidade que se deve à especulação com a felicidade e, portanto, o seu oposto, mesmo que sempre haja alguma prova da autêntica. A gratificação que se acha nele coincide com o seqüestro da existência individual pelas condutas rotinizadas e a inserção do planejamento no território da experiência. As satisfações mais ou menos brutais e imediatas que a maior parte dos bens culturais da indústria proporciona são uma forma de a ordem criadora de tantos desatinos pessoais e coletivos se perpetuar além do necessário.

Entretanto, em parágrafo pouco notado de sua *Teoria Estética* (p. 344-346), o filósofo observa que, detrás da rígida dicotomia entre cultura elevada e arte bárbara, "esconde-se um preconceito cultural". Certamente há boa arte medíocre, como há arte boa e, no entanto, medíocre. O primeiro caso ocorre, por exemplo, com os chamados clássicos populares *(evergreens)*, produtos massivos que parecem não-envelhecer e que superam os ciclos da moda. Os clássicos populares, sejam canções ou filmes, resultam de um processo de seleção mercantil mas, ao mesmo tempo, possuem uma força estética própria, que lhes permite distinguir-se dos produtos comuns e conservarem-se vivos perante o público durante extenso período de tempo, a ponto de "o idioma corrente se tornar em produtos desse tipo uma segunda natureza que comporta [no caso da música] algo similar à espontaneidade, à genuína idéia melódica" (*Música*, p. 43-45).

A explicação para tanto pode ser buscada no fato de que, devido à pressão do mercado, as empresas culturais empregam muitos talentos autênticos que nem mesmo nesse campo podem ser anulados de todo: inclusive na fase avançada da comercialização se encontram idéias de primeira mão e lances de genialidade. O principal, porém, é a conclusão que podemos extrair da idéia e que se expressa no juízo segundo o qual "não faltam obras que, através de formulações informais, podendo ir do simples esboço até ao decalque, e também através da ausência de estruturação em favor do efeito calculado, têm o seu lugar na esfera da circulação estética subalterna e que, no entanto, a ultrapassam graças a qualidades sutis" (*Estética*, p. 345).[39]

[39] Adorno exemplifica o caso com os romances de Collete.

As mercadorias culturais mais baratas às vezes podem constituir um refúgio legítimo dos caracteres que a arte séria obrigou-se a renunciar para poder continuar sobrevivendo, especialmente a comunicação com o público e a pretensão de validade universal. "As poucas canções de massa realmente boas – por exemplo – são um protesto contra o que a música de arte, tornada medida de si mesma, perdeu e não tem como compensar voluntariamente" (*Música*, p. 45).

Resumindo, o significado disso é que o conteúdo de verdade dos vários meios de expressão se modifica de maneira histórica. Os conceitos a seu respeito não são critérios de sentido irremovíveis. Destarte, "o que originalmente foi previsto para o consumo, atua por vezes, perante o consumo superiormente racionalizado, como modelo de humanidade" (*Estética*, p. 344).

Segundo Dieter Prokop, responsável pela exploração dessa hipótese, experiências dessa ordem podem ser encontradas no que ele chama, como já indicado, de "bons produtos". As mercadorias culturais da indústria não precisam ser necessariamente padronizadas; eventualmente, são desenvolvidas através de símbolos e formas progressivas.

> Nem sempre são *grandes obras de arte* mas apresentam-se como produtos *autônomos*: são, na sua elaboração estética, mais conseqüentes e mais consistentes. Seu conteúdo é freqüentemente menos estereotípico ou então os estereótipos da cultura de massa lhe são inseridos conscientemente. Nesses produtos, a fascinação não parte de momentos que se preocupam com o bem-estar e o equilíbrio psíquico. A fascinação – freqüentemente desagradável e até ameaçadora – resulta nesses produtos do fato de que o objeto apresentado e investigado é tratado de forma adequada à sua realidade ou suas possibilidades.[40]

As contradições do objeto de trabalho estético, nesse caso, não são submetidas a uma padronização, mas analisadas de acordo com suas próprias exigências e densidade, possibilitando o desenvolvimento de uma obra até certo ponto autônoma e questionadora. O público é mantido a certa distância do produto: não

[40] PROKOP, D. *Sociologia* (Org. de Ciro M. Filho). São Paulo: Ática, 1986, p. 154. Exemplos de bons produtos podem ser descobertos nas chamadas produções alternativas. Entretanto, nada impede que elas apareçam também nos circuitos massivos.

se aprova de maneira mecânica seu padrão de gosto e preferência estética. As técnicas normalmente empregadas para explorar o mercado são colocadas a serviço de uma atitude reflexiva, como ocorre com a técnica artística *strictu sensu*, ao menos segundo a visão de Adorno[41].

> A montagem da sensibilidade e da expressão, contrastada com aquilo que é falsamente afirmado [na mensagem]; [pode se tornar] um meio para tornar a ideologia social perceptível e visualizável ao espectador, que exerce um acompanhamento competente; e para tornar conscientes desejos e utopias: para refleti-las e tornar claras as racionalizações.[42]

Na sociedade atual, a tendência das pessoas é rejeitar as experiências que procuram transcender o fetichismo da mercadoria, preferindo os produtos esquemáticos, que não colocam risco de dissonância à recepção. Os referidos esquemas, todavia, não estão blindados ao emprego criativo. As convenções da arte de massas também podem ser usadas para pôr em discussão essa tendência, questionar o lazer acomodatício, enfim sacudir com a reificação da experiência.

Theodor Adorno conferiu, conforme veremos, um sentido demasiado negativo à prática da indústria cultural, não porque essa carecesse de contradições mas, antes, porque essas contradições tendiam a ser reproduzidas através da canalização da espontaneidade não-reprimida em sentido conformista ou mesmo regressivo. Destarte, o pensador se viu impedido de pesquisar a extensão e os propósitos com os quais "os produtos da indústria cultural poderiam dirigir-se e ativar os impulsos pré-egóicos de uma outra maneira [menos realista ou reacionária]".[43]

---

[41] PROKOP, D. *Sociologia*, p. 115. Max Paddison cita como exemplo os primeiros discos de Frank Zappa, "os quais logram obter um notável balanceamento entre as esferas da música popular e radical, sobretudo através do uso criativo da paródia" (*Adorno, modernism and mass culture*, p. 104). Já Prokop desenvolve a análise levando em conta os filmes de Griffith, observando que, neles, a moralidade "não aparece simplesmente como lição, que se leva para casa em palavras e ações, mas resulta da análise artística conseqüente daquilo que o objeto estudado por si mesmo pretende ser. Ela teria efeito plausível antes de mais nada por meio disto e só em segundo plano como mensagem" (*Sociologia*, op. cit., p. 62-63).

[42] PROKOP, D. *Sociologia*, p. 84.

[43] HUYSSEN, A. *After the great divide*, p. 27. Cf. Hohendahl, P. *Prismatic Thought*, p. 141. *Notas sobre o filme* (1966) é a principal referência usada nessa discussão, em

As perspectivas de análise da indústria cultural que se descortinam dessa forma, de todo jeito, são amplas e estão largamente por explorar, devendo merecer crescente atenção à medida que os processos culturais em curso diante de nossos olhos mais e mais colocam ao pensamento o problema de saber se e em até que ponto a cultura de mercado não está levando à supressão da idéia de obra de arte negativa ou se, ao contrário, a oposição que surgiu entre seus vários âmbitos por volta da virada para o século passado ainda continua sendo válida.[44]

A possibilidade de se criarem essas obras por certo continua hoje tão aberta e incerta como foi desde o seu surgimento. A crescente dificuldade em fornecer exemplos contemporâneos sem dúvida conta-se, porém, entre os fatores que têm levado vários herdeiros do pensamento frankfurtiano a defender a tese de que, esgotados os impulsos do alto modernismo, não somente não há mais uma distinção válida possível entre a arte séria e a arte kitsch – a hipótese da indústria cultural – como a reificação chegou a tal ponto que nenhuma obra mais tem como lhe fazer frente: a produção cultural identificou-se totalmente com o processo de mercantilização sistêmica do capitalismo.[45]

> Compositores como Ligeti tiveram suas obras levadas ao cinema, como música de filme de produções hollywoodianas, tais como *2001, uma odisséia no espaço* ou *Brilhante* [*Shining*]; o surrealismo, o dadaísmo e a pop arte fazem há muito parte de nosso ambiente visual, desde as capas de revistas até as chamadas da MTV; os elementos literários mais avançados, como as narrações elípticas

---

que, todavia, convém distinguir os aspectos relativos à linguagem e à técnica cinematográficas e os aspectos relativos à produção e divulgação dos filmes (como bens culturais). Os comentários feitos em nosso texto, nesta parte, referem-se é claro a essa última problemática. Relativamente à anterior, o trabalho que forma par ou complementa o texto sobre o filme, cremos, é "Vers une musique informelle" (1963) (*Quasi una Fantasia*. Londres: Verso, 1992, p. 269-322).

[44] Cf. ANDREAS HUYSSEN: *Memórias do modernismo*. Rio de Janeiro: UFRJ. 1997. Hall Foster: *Recodificação*. São Paulo: Casa Editorial, 1996. Russell Berman: *Modern culture and critical theory*. Madison (WS): The University of Wisconsin Press, 1989.

[45] Segundo Jameson, atualmente, "não existe mais ponto arquimédico para a feitura de uma experiência genuinamente estética" (*Late marxism*: *Adorno*, p. 142). Confira a crítica bastante justa feita a essa idéia por Lambert Zuidevaart (*Adorno's aesthetic theory*. Cambridge [MA]: MIT Press, 1991, p. 257-274).

ou as invenções verbais, são moeda corrente nos anúncios e peças publicitárias.[46]

Lucien Freud, Godard, Handke, Celan, Boulez e tantos outros sem dúvida são prova viva de que, ainda hoje, são criadas obras de arte que, sendo ou não bem-sucedidas, resistem à manipulação mercadológica. No entanto, acontece também delas, cada vez mais, converterem-se em notícia, revestindo-se de uma aura, associada ao nome de seus criadores, que lhes permite funcionar como valor de troca, ainda que não como imagem, ainda que sem mediar funcionalmente a experiência.

A resistência ao que as tendências prevalecentes em nossa época fazem de nós não pode se iludir mais com a idéia de que somos capazes de resistir totalmente. A tentação de compactuar com o sistema não pode ser evitada, porque nenhum de nós é santo e, mesmo se fosse, estaria em situação precária na atualidade.

> Inclusive o comparecimento aparentemente inofensivo ao cinema, ao qual nos condenamos, deveria ser acompanhado da percepção de que ações como essas realmente são uma traição dos *insights* [sobre nossa situação] que adquirimos e de que elas provavelmente – embora em grau muito pequeno, ainda que com efeitos cumulativos – nos implicam em processos que acabarão nos convertendo naquilo que nos foi destinado e que, assegurando nossa conformidade, todavia temos de impor a nós mesmos a fim de sobrevivermos.[47]

A consciência de nossa impotência, todavia, é algo que faz parte do processo da indústria cultural e, assim, algo que, uma vez assumido, é capaz de impedir que cedamos por completo a seguir nossos próprios impulsos de maneira mecânica. O fundamental, hoje, reside muito mais nisso do que em uma pretensão de poder agir de maneira transformadora. A práxis política está coagulada e, potencialmente mobilizada, precisa aprender a esperar uma situação que lhe seja favorável, se é que essa virá – o que lhe exige não ter ilusões.

---

[46] EICHEL, C. "Entre avant-garde et agonie". In: *Rue Descartes* ("Actualités d'Adorno") 23 (99-110) 1999, p. 108.

[47] ADORNO, T. *Problems of moral philosophy*. Stanford (CA): Stanford University Press, 2001, p. 168.

Aparentemente, o pavoneio da indústria cultural com os comportamentos tabus, a violência primária e os fenômenos bizarros que têm se observado nos últimos tempos vêm predispondo certas camadas do público a tomar as obras de arte que expressam resistência como sinais de distinção reificados, carentes não apenas de valor de uso individual mas, também, do sentido enigmático de que eram portadoras quando a conversão daquela indústria em sistema ensejou o aparecimento da idéia de obra de arte negativa.

Fugindo ao nosso escopo e competência, a matéria está, portanto, aberta à discussão. Renato Russo e sua Legião Urbana foram, em nosso passado recente, exemplos do que nos referimos? A hipótese da supressão da idéia de obra de arte negativa estar se concretizando é provocativa. Sugere-nos, porém, uma outra, a de que, talvez, possamos estar assistindo a uma nova mudança na relação entre os vários meios de expressão. O resultado do progresso da indústria da cultura bem poderia ser o surgimento de uma nova oposição no seio da produção cultural: uma oposição entre bons e maus produtos, entre uma arte média integrada e, outra, emancipatória, que, como vimos, já chegou a pensar Dieter Prokop.

A circunstância dessa oposição ser vivida no âmbito de uma indústria cultural que perpassa todos os momentos da vida e de que o consumo de bons produtos por si só não leva a um mundo melhor – representa apenas um de seus sinais, constitui razão suficiente, porém, para não nos iludirmos sobre seu sentido e conservarmos uma atitude crítica diante de seu processo de emergência. Atualmente, a reivindicação de um conteúdo crítico e antitético propende a cair no vazio: vendo mais de perto, seu impulso se insere e conserva num contexto mais amplo que, gostemos ou não, trabalha pela sua neutralização.[48]

Importa notar, porém, que, "para Adorno, a arte não é um bem moral apenas porque as pessoas se divertem com ela, ou porque dela tiram prazer ou excitação: ela é tal coisa porque é um meio de sustentação do sujeito e, portanto, do elemento espi-

[48] Heinz Steinert discute o problema de maneira muito informada, responsável e esclarecida em *Culture Industry*, op. cit., p. 87-98; 111-113.

ritual [do homem]".[49] Destarte, acontece hoje de os indivíduos se encontrarem emocionalmente ligados não apenas aos produtos, mas aos próprios esquemas da indústria cultural. A referida indústria engendrou uma situação em que exonerar-se dela significa renunciar a uma forma líquida e certa de satisfação de determinadas necessidades subjetivas imediatas.[50]

Entretanto, o reconhecimento desse fato também não deveria nos fazer fechar os olhos para os antagonismos estéticos que, não parando de se manifestar, questionam desde dentro a pretensa integração das esferas da arte séria e da arte bárbara, recolocam o problema de sua reconciliação e expõem o caráter de ideologia da própria indústria cultural.

---

[49] WITKIN, R. *Adorno on popular culture*, op. cit., p. 11.

[50] ADORNO, T. "Democratic leadership and mass manipulation" [1950]. In: *Gesammelte Schriften* [v. 20]. Frankfurt: Suhrkamp, 1986, p. 271.

5

Cultura e ideologia: o véu tecnológico

Adorno argumenta que a transformação da cultura em mercadoria é resultado de um processo histórico por meio do qual a criação intelectual, artística e literária passou a servir de campo para a acumulação do capital. Através dele, o público burguês e as massas urbanas se tornaram mercados das empresas de comunicação. Os formidáveis desenvolvimentos provocados por este acontecimento tiveram, também, profundo impacto na formação de nossa subjetividade. A colonização das atividades culturais pela racionalidade mercantil modificou a maneira como as formações espirituais costumavam afetar esse processo, determinando uma mudança estrutural no significado e função da ideologia na sociedade contemporânea.

> A indústria da cultura surgiu da tendência utilitária própria do capital. Desenvolveu-se sob as leis do mercado, que a obrigaram a adaptar-se a seus consumidores. Posteriormente, no entanto, converteu-se em instância que encerra e consolida a consciência na sua forma existente, conservando o status quo espiritual (*Escritos*, p. 12).

No presente capítulo, em resumo, trata-se de reconstruir as principais conexões estabelecidas entre esse processo e a figura da ideologia, através da análise da maneira como o elemento tecnológico desenvolvido pelo sistema de vida capitalista se articula com a criatividade cultural da sociedade.

5.1 Tecnicismo e reificação

Conforme observa o filósofo, a cultura como obra de arte total foi um projeto concebido pelas vanguardas do início do século passado para livrar o homem da alienação. Desejava-se o retorno a uma arte imediata e que propiciasse uma experiência enriquecedora cotidiana, emancipada dos requisitos utilitários da vida burguesa. O racionalismo mercantil que preside a indústria cultural, por um desses paradoxos históricos, tornou esse projeto viável socialmente. Destarte, hoje, ele passou a fazer parte do modo de vida de extensas camadas da população, estando presente desde a maneira como os indivíduos procuram definir sua identidade até na condução dos conflitos internacionais.

O desenvolvimento das forças produtivas e a tendência do capital a expandir-se em direção à esfera do espírito, pouco a pouco, fizeram surgir um novo modo de integração social das massas.

Em termos esquemáticos, podemos ver no curso da história, com efeito, a sucessão de pelo menos três formas de integração da consciência individual à forma dominante de estruturação da sociedade.

Durante a maior parte do tempo, vigorou a forma mítica, baseada na existência de estruturas comunitárias e reproduzida através de rituais. Predominava, então, um estado de heteronomia do corpo e alma do sujeito. A coletividade, conforme simbolizada, era a fonte da autoridade. Na modernidade clássica, o fundamento da vida social deslocou-se para o mercado, enquanto a integração da consciência transferiu-se, em parte, para a órbita da ideologia. A legitimação das relações de poder e justificação das contradições sociais perdeu o cunho transcendente que tinha aos olhos dos homens e passou mais e mais a depender de sua práxis histórica imanente.

Posteriormente, porém, cultura e economia começaram a convergir em virtude dessa mesma práxis, ensejando o aparecimento de uma indústria cultural, que se tornou o principal mecanismo de sujeição no mundo capitalista, sem que as massas cheguem a crer seriamente em seus agenciamentos, como nota bem Adorno.

Na modernidade avançada, as estruturas sociais e relações de poder legítimas não se mantêm mais com base na ideologia. A dominação social paulatinamente se dilui em mecanismos de controle oriundos do próprio modo de produção.

> As mercadorias e serviços que ele produz vendem ou impõem o sistema social como um todo. As comunicações em massa e os meios de transporte, as mercadorias casa, alimento e roupa, a produção irresistível da indústria de diversões e informação trazem consigo atitudes e hábitos prescritos, certas reações intelectuais e emocionais que prendem os consumidores mais ou menos agradavelmente aos produtores e, através destes, ao todo [da sociedade].[1]

Atribui-se a Adorno o entendimento de que a prática da indústria cultural realiza um trabalho ideológico de lavagem cerebral nas massas e, assim, as mantém num estado de falsa consciência. O juízo não condiz com suas idéias mais originais. Algumas vezes, o filósofo chegou a dizer que a televisão "contribui para divulgar ideologias e dirigir de maneira equivocada a consciência dos espectadores".[2] As principais referências à mídia como ideologia feitas pelo autor, contudo, não se situam nesse plano. "A concessão de reconhecer que os filmes difundem ideologias já é ela mesma uma ideologia difundida" (*Minima moralia*, p. 177).

Segundo ele afirmou de maneira simplista, as formações ideológicas seriam agora criadas pelas organizações articuladoras da indústria cultural e, portanto, precisam ser vistas como efeito dos produtos culturais sobre o público consumidor (*Sociologia*, p. 116). Noutras vezes, o filósofo postulou, porém, que as proposições com que os homens se deparam ao interagir com os veículos e bens culturais lhes são preparadas pela estrutura social, muito antes delas serem formatadas e promovidas pelos meios de comunicação da indústria cultural e que, por isso, não só não são estranhas à sua consciência imediata como são objeto de reflexão consciente e, muitas vezes, de reflexão ordenada (*Linguagem*, p. 78).

A solução do diferendo, se existe, precisaria ser buscada, cremos, na hipótese por ele avançada de que, embora aconteça o

---

1 MARCUSE, H. *A ideologia da sociedade industrial*, p. 32.

2 ADORNO, T. *Educação e emancipação*, p. 77 e 80.

agenciamento ideológico supramencionado, a figura da ideologia possui cada vez menos efetividade na sociedade administrada. As comunicações e a indústria da cultura não funcionam com base na transmissão de ideologia, por mais que também a agenciem, na medida em que "só se pode falar em ideologia quando um produto espiritual surge do processo social como algo autônomo, substancial e dotado de legitimidade" (*Temas*, p. 200).

O conceito de ideologia pressupõe a crença ou engajamento em certas idéias e valores. As relações sociais que têm lugar no âmbito da indústria da cultura carecem dessa legitimidade: não são motivo de crença por parte de seus participantes. "A desconfiança [popular] contra a cultura tradicional enquanto ideologia mescla-se [agora] à desconfiança contra a cultura industrializada enquanto fraude" (*Dialética*, p. 150).

Afirmou Adorno que Husserl teria perguntado como se pode ser idealista sem ideologia. Avançando, tratar-se-ía, segundo o primeiro, de perguntar se a indústria cultural é sinal de uma ordem em que a ideologia parece abrir mão dos ideais. A peculiaridade dos mecanismos de integração contemporâneos talvez provenha do fato deles não funcionarem com base na ideologia. A sujeição pode se dar, sobretudo, através da compulsão social a produzir mais e mais bens e necessidades. O princípio de integração que hoje se impõe residiria na própria forma da mercadoria (*Estética*, p. 265).

Costuma-se pensar que a mídia tem um caráter ideológico, porque veicularia certos conteúdos. No enfoque em juízo não se passa dessa maneira. O conteúdo significante dos bens culturais é cada vez mais um lastro inútil. As pessoas precisam ser rápidas, se quiserem aproveitar o momento que esses articulam. O efeito disso é que o valor espiritual e sentido humano concreto deles passam a contar cada vez menos. A verdadeira mediação entre sociedade e indivíduo, resumindo, não se dá através da família, nem da mídia, mas do caráter de fetiche da produção mercantil tecnológica.[3]

"As criaturas se reconhecem em suas mercadorias; encontram sua alma em seu automóvel, casa em patamares, utensílios

[3] Carta de Adorno a Benjamin, 5/6/35 (*Correspondência*, p. 102).

de cozinha".[4] As situações em que podem exercer seu poder de compra e as coisas que podem adquirir tornaram-se motivos de seu afeto e paixão. O conteúdo espiritual das mesmas, seja de que ordem for, passou a ser secundário numa era em que a mercadoria converteu-se em mediação universal. Agora, a capacidade de cálculo e a agilidade de raciocínio são tão importantes quanto a eventual gratificação sensorial ou satisfação intelectual obtida por seu intermédio.

Aparentemente, portanto, o problema da ideologia se transferiu para o significado que os próprios meios técnicos passam a ter na vida das pessoas: encontra-se cada vez mais na relação das pessoas com esses meios enquanto aspecto do chamado véu tecnológico. Em síntese, o ponto significa que o caráter ideológico das comunicações surge à medida que a televisão, a música e outros bens transformaram-se eles mesmos em principal conteúdo da consciência: o capitalismo, em sua fase mais avançada, reproduz-se subjetivamente através do consumo de mercadorias.[5]

Os procedimentos tecnológicos de reprodução, em especial, desenvolveram-se de maneira independente em relação a seu conteúdo e, assim, adquiriram uma autonomia para os seres humanos. Ao progresso dos mesmos corresponde o desejo das pessoas em não ficar para trás, não importa o sentido imanente e a possibilidade de uso do que lhes é oferecido. O fetichismo da mercadoria tecnológica e seu corresponde velamento da experiência resultam desse "fervor fascinado com que se consome os processos mais recentes" e que "não conduz apenas a uma indiferenciação ao que é fornecido", porque isso, inclusive, favorece o consumo do "refugo [cultural] estacionário" e da "idiotice calculada" (*Minima moralia*, p. 103).

---

[4] MARCUSE, H. *A ideologia da sociedade industrial*, p. 29. Parece-nos equivocada a tese de Renato Ortiz, segundo a qual o elemento social de mediação da modernidade avançada, na Escola de Frankfurt, é a tecnologia ("A Escola de Frankfurt e a questão da cultura". In: *Revista brasileira de ciências sociais* 1 (43-65) 1986, p. 46). Conforme observou Adorno, precisamos evitar a idéia de que os problemas atuais se devem à "racionalidade técnica", porque eles se originam menos da tecnociência como tal do que da "constelação" que a vincula ao "princípio universal do valor de troca" ("La soziologia è una scienza dell'uomo?" In: Umberto Fadini (org.): *Desiderio de vita*. Milão: Mimesis, 1995, p. 89 e 95).

[5] MARCUSE, H. *Contra-revolução e revolta*. Rio de Janeiro: Zahar, 1971, p. 32 e 87.

Conforme Adorno chama a atenção, contrariamente ao suposto por seus críticos, a aparelhagem cultural moderna lida com uma "audiência desiludida, alerta e difícil de convencer" (*Indústria*, p. 139). A civilização moderna não fez os homens senhores de sua vida. No entanto, tirou-os da alienação. A subjetivação da razão tornou-os mais conscientes de sua situação, e os avanços nos meios de informação ampliaram seus conhecimentos. O esclarecimento desencantou os homens e o mundo, expulsando-os do "jardim mágico" em que viviam, para usar a expressão de Weber.

"Agora, o sujeito conhece a si mesmo como algo objetivo, algo subtraído da contingência de sua mera existência, mas este conhecimento, que é verdadeiro, é também ao mesmo tempo não-verdadeiro [ao encobrir-lhe a dependência em relação à coletividade]" (*Prismas*, p. 164). Embora estejam cada vez mais enredados nos mecanismos da indústria cultural, os indivíduos, em sua maioria, realmente não crêem que ali se decida seu destino. Eles vêem-se através de seus produtos como os senhores de si que de fato o são, mas não como os criadores em conjunto da situação perturbadora que procuram resolver por meio desse consumo. Em função desse conflito latente, as pessoas conservam uma distância para com esses bens, deixando pistas para supor que, no fundo, "as massas não vêem e aceitam há muito tempo o mundo tal como lhes é construído pela indústria cultural" (*Indústria*, p. 91).

> [Durante algum tempo,] fizemos, todos nós, a suposição de que, até certo ponto, a indústria da cultura atual, a qual devemos atribuir todos os poderes de integração social em sentido amplo, realmente condiciona, conforma ou pelo menos conserva os indivíduos tal como são. No entanto, nesta afirmação se esconde algo realmente dogmático e não-comprovado. Se há algo que aprendi no curso dos últimos anos é que não se pode atribuir esta identidade entre os estímulos e estruturas objetivas que condicionam os indivíduos e a sua conduta.[6]

---

[6] ADORNO, T. *Introducción a la sociología*, p. 200. A hipótese remonta, pelo menos, ao início dos anos 1960: "A totalidade constitui dimensão que, para não perecer, não somente exige sua própria mudança como, em virtude de sua essência antagônica, ca-

No entendimento do pensador, o movimento da indústria cultural precisa ser visto de maneira histórica e dialética, observando-se que somente "se não tivessem sobrevivido muitos resíduos do período pré-monopolista que estão em desacordo com a indústria da cultura e dos bens de consumo, resíduos esses que os homens devem voltar a levar em conta, [é que] estaria realizada há algum tempo aquela situação de utopia negativa, sobre a qual ironizam com prazer os escritores que não querem a positiva". Entretanto, acrescenta, "somente os interessados poderiam deixar de reconhecer que os efeitos subliminais da comunicação de massa como sistema abrangente, acumulados com o tempo, são muito fortes: sugerindo-o o bastante a paixão com que os jovens se deixam prender aos *mass media*" (*Escritos*, p. 235).

O problema da crítica à indústria cultural, por isso, consiste em saber porque, "a despeito de toda a desconfiança e ambivalência possíveis" (*Dissonâncias*, p. 53), as pessoas se deixam prender às relações culturais da indústria; por que elas mantêm esse sistema, apesar da "saturação e apatia que ele não pode deixar de produzir entre os consumidores" (*Dialética*, p. 151).

Resumidamente, a hipótese adorniana é a de que a indústria cultural constitui uma resposta à questão psíquica de como pode resistir o sujeito sob uma racionalidade que, em definitivo, é irracional do ponto de vista da espontaneidade. A televisão, o cinema, o rádio, a música e as revistas são componentes de uma "irracionalidade manufaturada", através da qual as pessoas procuram "esquecer a frieza da sociedade liberal administrada, utilizando-se dos meios [técnicos] que essa sociedade coloca à sua disposição" (*Cinema*, p. 79).

Os indivíduos participam de seu agenciamento porque encontram nesse contexto uma compensação estética para os prejuízos com que têm de arcar por viverem nesse contexto. O homem medieval era alienado; seu sucessor moderno é cético e racional. A transformação em sujeito, todavia, foi paga com uma crescente reificação da existência e racionalização da vida intelectual. Os indivíduos são cada vez menos enganados pelo discurso ideológico, mas não têm claro o que querem, fora dos or-

---

rece do poder necessário para obter a plena identidade com os homens, que tanto compraz às utopias negativas" (V. *Indicadores*, p. 41).

denamentos estabelecidos. O resultado é o aparecimento de uma espécie de vontade de ilusão, o surgimento de um desejo pela imagem de um mundo feliz e sorridente: apenas maquiados é que aparecerá às massas o lado obscuro e problemático da existência.

Tornando-se dependente do sistema econômico em grau muito profundo, acontece agora de a consciência precisar ser denegada. Nietzsche já dizia: "A verdade não é boa para todos". Atualmente, a desintegração acelerada do tecido social e as mutilações subjetivas passaram a representar situações bastante dolorosas. Quem sabe, encontre-se aí o motivo porque, cada vez mais, os homens preferem a mentira à verdade.

> Modelada até em suas ramificações últimas pelo princípio da troca, a vida se esgota na reprodução de si mesma, na reiteração do sistema, cujas exigências desabam sobre os indivíduos de maneira tão dura e despótica que eles não mais conseguem sustentar-se como donos de sua própria vida, nem experimentá-las como fazendo parte de sua condição humana (*Pseudocultura*, p. 250).

Conforme escreve Adorno, a sociedade de troca tecnológica só em aparência é boa e promissora. Na realidade, "empurra os indivíduos em direção a uma massa amorfa e manejável que os absorve positivamente e, por isso, cada um sente espanto frente a esse processo, experimentado como inevitável, de ser absorvido completamente." Os fenômenos de indústria cultural podem ser vistos, portanto, como "uma tentativa do *sensorium* de elaborar uma espécie de proteção altamente sensitiva contra a coletivização ameaçadora e exercitar-se para ela, ainda que nessas horas à primeira vista dedicadas ao tempo livre continue-se seu adestramento como mais um membro da massa" (*Minima moralia*, p. 89).

Caberia não perder de vista que "a fábrica de sonhos [capitalista] fabrica os nossos sonhos de consumo e, ao mesmo tempo, introduz neles os sonhos [de lucro] dos fabricantes" (*Indústria*, p. 80). Na modernidade avançada, a dominação pessoal praticamente desapareceu, cedendo lugar à dependência aos mecanismos técnicos e funcionais, cuja pressão é, todavia, cada vez mais consciente. A racionalização do sistema de dominação leva-a a ser exercida de maneira anônima e pontual na empresa, na escola, no hospital e nos serviços públicos. Verifica-se, portanto, o

surgimento de uma dominação dispersa, através da qual se mantém a sujeição dos seres humanos ao sistema de vida capitalista.

As mercadorias culturais que se consome tão avidamente são, ao mesmo tempo, uma cifra da precária situação social das massas e uma forma de tornar aceitável essa situação. A civilização produz pessoas racionais que tendem a ser mais difíceis de iludir, mas por outro lado tendem a se deixar fetichizar pelos produtos culturais da indústria. Os indivíduos propendem a desenvolver uma atitude exagerada e irracional para com os eletrodomésticos, tênis, automóveis e outros bens de consumo; esperando benefícios em demasia da música, da medicina e dos computadores. A sociedade – em suma – não sabe "onde se encontra o limiar de uma atitude racional para com [esses bens] e aquela supervalorização" (*Sociologia*, p. 42).

O racionalismo é, assim, causador de uma irracionalidade, segundo a qual tudo tem solução técnica e com relação à qual as tendências ao misticismo são uma reação igualmente irracional. A tecnificação da vida produz uma sensação de clausura, engendra uma monotonia, tédio e vazio cuja expressão mais comum são os desejos de fugir, encontrar alguma forma de escape ou, pelo menos, de se acomodar à paisagem. A socialização cada vez mais cerrada e intensa, promovida através do emprego maciço de tecnologia maquinística em todas as esferas de ação social, é geradora de uma resistência inconsciente, às vezes passiva, às vezes engajada, contra a civilização. "A sociedade de classes não se decompõe sem deixar resíduos: sempre resta um resíduo de vida, que não é reproduzido, que sobrevive na não-equivalência".[7]

O movimento responsável pelo surgimento de uma indústria da cultura se insere nesse contexto, causador de uma profunda mudança nos padrões de socialização. As tecnologias de comunicação são sucedâneos das relações sociais mais imediatas que os homens tendem a perder e que, enquanto tais, os impedem de sentirem-se abandonados totalmente. A televisão e os aparelhos de reprodução musical, por exemplo, constituem, antes de mais nada, meios através dos quais os homens tentam criar "uma aparência de proximidade humana em nossa sociedade" (*Minima moralia*, p. 180).

---

[7] HORKHEIMER e ADORNO, *I Seminari della Scuola di Francoforte*, p. 169.

A massificação levou ao fechamento do eu sobre si mesmo e à promoção do interesse egoísta, tanto quanto à nossa abertura a toda a espécie de estímulo externo que possa servir de sucedâneo da coletividade (*Intervenções*, p. 153-155). As mercadorias culturais tecnológicas são a principal mediação desse processo, correspondendo a essa concepção de mundo segundo a qual se pode construir a sociedade diretamente a partir da tecnologia maquinística. A tecnologia e o mercado, parece claro, andam juntos e, para essa concepção, podem resolver todos os problemas da vida, do homem e da história.

Conforme Adorno observa, vista mais de perto,[8] essa concepção é mais ideológica do que todas as outras anteriores. Em primeiro lugar, porque mistifica o fato de que os problemas sociais são criados pelos homens e, em tese, só eles podem eliminá-los, sob dadas condições. A transferência das faculdades humanas da práxis social para a máquina é ideológica porque, realmente, a tecnologia se tornou um denominador comum em todas as esferas e, assim, permite às pessoas crerem que têm resposta para seus problemas, mas também porque essa crença é falsa: a tecnologia não somente serve a interesses poderosos como obedece a uma regularidade cega e irracional, que não tem esse poder e encontra sua expressão "no medo onipresente e livremente flutuante" (*Sociologia*, p. 74).

A transformação da tecnologia em ideologia via máquina significa sobretudo, porém, uma mudança de sentido no conceito dessa última, porque essa nova crença se reduz, cada vez mais, à afirmação do indivíduo e do mundo pura e simplesmente como são em nossa sociedade. Acontece, então, de os valores e idéias serem coisificados nas mercadorias culturais tecnológicas. Na modernidade tardia, a confiança social no valor das idéias e a crença em sua realização cederam lugar ao realismo desencantado e à descrença em verdadeiros ideais. "Os valores perderam sua substância" e "são cada vez menos motivo de crença pelo indivíduo" (*Indústria*, p. 141).

Qualquer que seja a espécie de influência por elas exercida, as telenovelas e séries filmadas permitem-nos comprovar que

[8] Noutros termos, considerada a partir da metafísica humanista que, em última instância, embasa histórica e reflexivamente a teoria crítica da sociedade.

ainda hoje há "tentativas de incutir nas pessoas uma falsa consciência e um ocultamento da realidade" (*Educação*, p. 80). A constatação não deveria nos fazer fechar os olhos, porém, para as condições históricas em que mais e mais vem se dando a formação da subjetividade na sociedade contemporânea.

A reprodução da ideologia dominante, se é que essa ainda se reproduz, acontece cada vez menos pelo reforço da crença em certas idéias. Os valores se acham em avançado estado de erosão e não fazem mais sentido onde não ensejam uma vivência imediata, em função da própria indústria da cultura. As práticas sociais que se tornaram ver televisão ou navegar pela net foram fetichizadas e, segundo parece, possuem pouco poder de formação ideológica: enquanto extensão dos hábitos de consumo são, em si mesmas, a ideologia, se assim podemos nos expressar em relação a essa matéria.

Aparentemente, a autoconsciência dos contemporâneos rejeitou o idealismo. Os homens sabem que as idéias valem muito pouco. Realmente, contam apenas os interesses, seu eu e as coisas tangíveis que podem manipular de maneira objetiva. As estruturas ideológicas que modelavam a consciência perderam o caráter autônomo, passando a se confundir com a cultura material. Entretanto, porque não acreditam mais em idéias, "tornou-se cada vez mais difícil persuadir as pessoas a colaborar" (*Dialética*, p. 135).

A sobrevivência no interior do sistema que a tudo abarca levou-as a renunciar a viver de acordo com sua aptidão e a deixarem de procurar fazer o que fosse de seu gosto e inclinação. O conformismo não significa, porém, que acreditem no sistema, na medida em que o modo de ser da vida social se tornou transparente. Os fenômenos ideológicos assumiram o contorno de um véu tecnológico, porque se por um lado os homens aceitam a mentira que se tornou sua vida, por outro conseguem enxergar sem ilusões essa realidade (*Temas*, p. 203).

"Sabemos que este programa é um lixo e pensamos que você não vale nada por vê-lo, mas sabemos também que você sabe disso e, enfim, ambos sabemos que é tolo e pretensioso tentar al-

go melhor":[9] mais e mais, isso é algo que, ao invés de escondido, é deixado muito claro por boa parte da mídia, que assim converte a consciência crítica espontânea, ainda que resignada, em tema criptomasoquista de entretenimento pervertido.

O processo de posição da indústria cultural faz parte desse véu tecnológico: as mercadorias produzem um reencantamento da realidade e uma aparência de imediaticidade que valem como efeito ideológico. "O poderio social que os espectadores adoram é mais eficazmente afirmado na onipresença do estereótipo imposta pela técnica do que nas ideologias rançosas pelas quais os conteúdos efêmeros devem responder" (*Dialética*, p. 127). O capitalismo dissolveu as formações espirituais. A indústria da cultura é uma expressão do agnosticismo desorientado resultante dessa situação: é uma mediação através da qual se articula a consciência e a inconsciência das massas no capitalismo avançado.

Adorno afirma várias vezes que o principal mecanismo em que se baseia a indústria cultural é o da identificação. "Os programas radiofônicos, os shows de televisão e os filmes, sobretudo, se caracterizam por mostrarem heróis, pessoas que de maneira positiva ou negativa resolvem seus próprios problemas. O espectador vê a si mesmo neles. Devido à sua identificação com o herói, supõe participar da suficiência que lhe foi negada [na sociedade]".[10]

Pesquisando mais a fundo, nota-se, porém, que essa identificação não tem verdadeiro significado psicológico. O relacionamento cotidiano com as fantasias é marcado, no máximo, pelo esforço de autodramatização. O público só em poucos casos realmente espera para si o que assiste na mídia. Embora jogue com essa idéia, conserva a consciência de que se trata sempre de uma satisfação substituta e uma gratificação imaginária. Em última

---

[9] STALLABRASS, J. *Gargantua: manufatured mass culture*. Londres: Verso, 1996, p. 202-204. Conforme observa bem o autor, a celebração do cinismo e ironia feita por certos programas de televisão significa um esvaziamento prévio das críticas que se lhes pode dirigir; isto é, trata-se de um truque cafajeste e diversionista, que se tornou importante elemento do entretenimento. Procedendo assim, acrescentamos, os veículos, todavia, destilam seu próprio antídoto e, no limite, podem ser um fator desencadeador de reações contrárias ou mesmo oposicionistas a algumas de suas práticas, embora não ao seu sistema.

[10] ADORNO, T. *Bajo el signo de los astros*, p. 37.

instância, as promessas feitas pelas imagens têm um sentido meramente mercadológico.

> A constante repetição dos valores convencionais parece significar que esses valores perderam sua substância e se teme que as pessoas possam realmente seguir seus impulsos instintivos e insights conscientes, a menos que se assegure de maneira contínua que não o farão. Quanto menos a mensagem é motivo de crença e menor é a sua harmonia com a existência real dos espectadores, mais categoricamente ela é mantida na atual cultura (*Indústria*, p. 141).

Na sociedade de troca tecnológica, o característico de fato não é a comunhão, mas "a incapacidade de identificação" (*Sociologia*, p. 43). A pretendida identificação com as personagens e condutas postas em circulação pela mídia, via de regra, é superficial. Os sujeitos sabem que o que se passa nos anúncios não é factível, mas publicidade, e que os romances perfeitos só existem nas telas do cinema e da televisão.

A conduta pode ser comparada, em síntese, com aquela que tem lugar durante uma sessão de hipnose: trata-se de uma situação em que as pessoas se deixam lograr para obter certa gratificação. Os indivíduos conservam a consciência de que se trata de um truque, que se joga com sua anuência e que eles mesmos não vão fazer nada contra a sua vontade.

> O superpoder social das condições materiais de produção sobre os indivíduos é tão forte, enquanto a eventualidade de auto-afirmar-se é tão sem esperança, que eles regridem e se assimilam ao inevitável através do mimetismo [consumista] (*Música*, p. 247).

A subjetividade e os costumes são submetidos a todo o tipo de manipulação – e todos sabem disso, embora não em toda a sua extensão. As tecnologias produzem, através da máquina, uma imediaticidade que tende a ser tomada pela realidade mas, ao mesmo tempo, coloca à disposição das pessoas as informações com as quais elas pouco a pouco vão se alertando para sua onipresença. Os indivíduos têm consciência de que são alvo da publicidade, embora sem saber até que ponto se tornaram produto dela, assumindo perante a mesma uma postura de reserva, suspeita ou desconfiança. A complacência dos intelectuais com o entretenimento popular se reflete nas massas, visto que "a cons-

ciência dos consumidores está dividida entre o gracejo prescrito, fornecido a eles pela indústria cultural, e uma dúvida muito pouco escondida sobre seus benefícios" (*Indústria*, p. 89).

Conforme puderam observar pesquisas recentes, ratificadas por declarações dos próprios gestores do negócio, os indivíduos costumam assistir à televisão porque ela está aí, porque não têm outra alternativa. O tempo que passam à sua frente é, muitas vezes, vivido com um certo pesar ou dissabor. A atividade é vista como um hábito a que se entregam com excessiva complacência "e do qual não conseguem extrair um sentimento de autêntica satisfação".[11]

A formação de contrapúblicos preconizada por muitos intelectuais progressistas é um processo inscrito nas condições históricas e sociais de existência da indústria cultural e, por isso, não surpreende que, nos últimos anos, a cultura da mídia venha dando lugar a personagens e situações cujo caráter fraudulento e hiperbólico não lhes permite passar por modelos: servem apenas para que o público se divirta com alguma paródia de si mesmo – expediente que é, ele mesmo, um dos princípios de conduta dominantes na atualidade.

O capítulo sobre a indústria cultural ainda não havia sido escrito, mas já se chamava a atenção para o fato de que as massas possuem uma atitude "ambígua para com a manipulação". Embora se divirtam com os bens que lhes são oferecidos, as pessoas sabem que as empresas culturais e veículos de informação passam por um processo de concentração econômica, que afeta a formação da opinião pública. As estratégias empregadas pelos operadores da coisa se choca, portanto, com um temor crescente e universal para com a possibilidade de que isso se traduza em manipulação. Em resumo, trata-se de uma atitude que "começa com a resistência às vendas e termina na crença semiconsciente de que nenhuma palavra dita em público tem sentido objetivo ou mesmo expressa as convicções privadas do indivíduo".[12]

---

[11] JHALY, S. *Os códigos da publicidade*, p. 232-241. Isleide Fontenelle discute o ponto na conclusão de seu estudo sobre a cadeia de fast-food McDonald's. Cf. *O nome da marca*, Campinas: Boitempo, 2002, esp. 302-304.

[12] ADORNO, T. "The psychological technique of Martin Luther Radio Adresses" [1943]. In: *Gesammelte Schriften* [v. 9.1]. Frankfurt: Suhrkamp, 1975, p. 15.

Segundo Adorno, a explicação para tanto deve ser buscada no processo civilizador moderno, que ensejou o surgimento de uma consciência dividida. O homem é esclarecido e supersticioso, zeloso de sua privacidade e disposto a se deixar espionar, orgulhoso de ser individualista e curioso com o que ocorre com os outros. Atualmente, as pessoas ao mesmo tempo se distraem e conservam uma postura realista diante do mundo. "Por um lado, os indivíduos obedecem aos mecanismos de personalização, tal como são dirigidos pela indústria cultural; mas por outro [...] sabem que isso não é o importante".[13] A corroboração da hipótese, sugerida bastante cedo, surgiu ao longo de diversas pesquisas conduzidas pela equipe do Instituto de Pesquisa Social.

Desde o início, os críticos da indústria da cultura advertiram que os estudos de conteúdo "proporcionam [relativamente aos efeitos] formulações cuja validez somente pode e deve ser definida pesquisando [o receptor]".[14] A postulação dos efeitos peculiares de um bem cultural supunha a superação "das análises de conteúdo mais antigas, que necessariamente partiam demasiado da intenção dos filmes, não considerando suficientemente a amplitude de variação entre esta e o efeito" (*Sociologia*, p. 102). Resumidamente, entendiam que "quaisquer que sejam as reações dos espectadores frente à televisão atual, essas só poderiam ser estabelecidas ostensivamente mediante uma investigação mais detalhada... com os espectadores" (*Intervenções*, p. 69), embora não fosse esse o foco do programa de pesquisa que propuseram com sua disciplina.

A pretendida identidade entre indústria cultural e indústria da consciência (*Sociologia*, p. 70) é válida, desde que se esteja ciente de que esta fórmula é falsa e verdadeira. É verdadeira e falsa ao mesmo tempo porque, embora a experiência individual seja esquematizada pelo processo, jamais se produz uma total fusão entre ele e a consciência do indivíduo. Portanto "a identidade de ambas não está tão acima de toda e qualquer dúvida como imagina o intelectual crítico, enquanto ele fica do lado da produção, sem examinar empiricamente o lado da recepção" (*Sociologia*, p. 106).

---

[13] ADORNO, T. *Introducción a la sociologia*, p. 200.

[14] ADORNO, T. *Bajo el signo de los astros*, p. 15.

Os consumidores de bens culturais oscilam, do ponto de vista da construção de seu conceito, entre levar a sério e levar, como se diz, na brincadeira os produtos, sejam filmes ou discos, com que se deparam, flutuando, portanto, entre a compenetração conseqüente e a distração distanciada. A subjetividade parece ser geradora de excedentes em relação à satisfação das necessidades. O sistema da indústria cultural, embora procure entretê-la, todavia não pode ou ainda não logrou apropriar-se de suas fontes.[15]

Adorno concluíra inicialmente que os homens e a indústria se ajustam entre si, mas cabe duvidar dessa equação, que não expressa seu último ponto de vista sobre a matéria. Observações feitas ao acaso haviam sugerido que os leitores das colunas de horóscopo dos jornais relutam em levá-las a sério e adotam uma atitude irônica para com seu hábito de leitura. Noutros termos, eles "as aceitam com o que poderia definir-se de reserva mental, um certo jogueteio, que consiste em reconhecer com indulgência a irracionalidade básica da astrologia e a aberração em que eles mesmos incorrem ao procurá-la".[16]

O estudo sobre a recepção da cobertura que a mídia alemã deu às festas nupciais de figuras da nobreza européia, entre outros, demonstrou que diversas pessoas "observavam uma conduta realista e avaliavam com sentido crítico a transcendência política e social do acontecimento". O trabalho comprovou a idéia de que "as pessoas consomem e aceitam realmente o que indústria cultural lhes propõe durante o tempo livre, mas com uma espécie de reserva, semelhante àquela com que mesmo os mais ingênuos negam a realidade dos episódios fornecidos pelo teatro e pelo cinema".[17]

---

[15] ADORNO, T. *Dialectica negativa*. Madri: Taurus, 1971, p. 96.

[16] ADORNO, T. *Bajo el signo de los astros*, p. 30.

[17] Conforme permitem concluir pesquisas mais recentes, as massas menos favorecidas cobram da mídia o fato dela, sobretudo em shows e ficção, não ser real – se por um lado isso mostra que elas ainda querem ter uma relação com o mundo concreto, por outro mostra que elas têm consciência do irrealismo da maior parte das comunicações (cf. Julian Stallabrass: *Gargantua*, op. cit., p. 210). Adorno sugere, porém, que o trajeto oposto também ocorre: estudos levados a cabo pelo autor mostraram que programas radiofônicos concebidos com seriedade eram ou predispunham-se a ser consumidos, na melhor das hipóteses, como entretenimento pela maior parte da audiência (Cf. "Social critique of radio music" e "Analytical Study of NBC Music Appreciation Hour").

A pesquisa social crítica mais recente tende a concluir que, excetuando-se a recusa em consumir certos produtos, "nada na recepção [das telenovelas] contradiz seriamente ou, de algum modo, questiona as idéias e intenções dos produtores dos programas" e as "abordagens [dos mesmos] sugeridas [aos telespectadores] pela mídia impressa". As leituras aberrantes ou subversivas que escapam aos modelos endossados pelas comunicações são irrelevantes; ou então não o são: convergem com o emprego mercadológico da ironia e do distanciamento para com os bens de consumo agenciado via indústria cultural. Os entrevistados originários das camadas trabalhadoras tendem a ver de maneira mais realista o que lhes é apresentado mas, embora emocionalmente intensas para eles, as situações por eles presenciadas são claramente definidas como expressões de um modo de vida estranho ao seu e que como tais não lhes serve de parâmetro existencial.[18]

O verdadeiro ponto a notar com relação ao tópico seria, porém, observar a tendência, que agora sabemos não ser nova, de o público das mais variadas classes, em consonância com a situação supracitada, fazer uma leitura irônica do material com que se defronta. As pessoas adultas não têm real respeito pelo que consomem via indústria cultural. Os magazines de variedades e os programas de televisão não são vistos como algo importante, mas meios de preencher uma pausa nos afazeres ou de relaxar sem compromisso, depois do cumprimento das obrigações cotidianas.

> A significação do uso cotidiano da mídia tem de ser buscada sobretudo nas rotinas que o sustenta e cujo sentido em termos de experiência pode ser, por exemplo, reafirmar um prazer inominável ao invés de um evento emancipatório [como pretendem certos investigadores pós-modernistas].[19]

O consumo de bens culturais é, em geral, um passatempo temporário e fugidio, que em si mesmo não deixa traços duráveis, por maior que tenha sido sua intensidade como fonte de sensação e conhecimento. As experiências por ele ensejadas va-

---

[18] GRISPRUD, J. *The Dinasty years*, p. 160-162.
[19] HERMES, J. *Reading women's magazines*. Oxford: Polity, 1997, p. 148.

riam de pessoa para pessoa, mas tendem a ser limitadas em proporção e a ficar no plano da vivência imediata. O fato não quer dizer, note-se, que essa prática seja nula e não tenha um sentido: esse existe e deve ser procurado, mas num plano mais abrangente (o da estruturação da sociedade). A conclusão que nos permite tirar, porém, é a de que seu alcance é restrito e seus sujeitos não são marionetes nas mãos dos que comandam a prática da indústria cultural.

Em função disso, precisamos considerar com toda a seriedade a hipótese de que a integração sistêmica, sempre parcial, não quer dizer integração ideológica do indivíduo. O caráter simulado dessa última mas, ao mesmo tempo, a pressão material da primeira, da qual quem quer sobreviver não pode fugir, sugerem que o processo como um todo tem um aspecto ideológico. Noutras palavras, significa que, apesar dele:

> Os interesses reais do indivíduo conservam suficiente poder para resistir, dentro de certos limites, a seu total aprisionamento. [Note-se de resto que] este fato estaria de acordo com o prognóstico social segundo o qual uma sociedade cujas contradições fundamentais permanecessem inalteradas tampouco poderia integrar-se totalmente na consciência (*Indicadores*, p. 62-63).

Vendo bem, as formações ideológicas que circulam socialmente através das mercadorias da indústria não são de maneira necessária a de seus clientes. Atualmente, a tendência é se romperem os vínculos espirituais entre o indivíduo e a sociedade. De todo modo, a lembrança desse entendimento, por si só, deveria nos pôr em guarda e questionar os juízos segundo os quais, nessa linha de análise, construiu-se uma visão impositiva da cultura de massa, que reduz as comunicações a "um processo unidirecional direto de manipulação cultural dos consumidores".[20]

No modo de ver adorniano, as comunicações de massa reforçam as exigências que a sociedade coloca a cada indivíduo para ela poder funcionar e para que este funcione conforme ela necessita. No entanto, para que seja assim, precisam coadunar-se com suas inclinações. As comunicações raramente transmitem algo

[20] SWINGEWOOD, A. *O mito da cultura de massa*, p. 71. Swingewood revisou parte dos juízos emitidos nessa obra sobre a Escola de Frankfurt em *Cultural theory and the problem of modernity* (Nova York: St. Martin's Press, 1998, p. 37-52).

que seus clientes não tenham aprendido antes em sua vida cotidiana. "A indústria não impõe aos homens o que desejam": ela "não poderia fazer com que comprassem os bens que produz se eles não os quisessem" (*Indicadores*, p. 57). Apesar de podermos discutir até que ponto são artificiais, as mercadorias culturais são produtos da práxis humana que estão baseadas mais na exploração do que na negação das aspirações e desejos do indivíduo.

Levando em conta tudo isso, precisamos relativizar, por outro lado, a afirmação segundo a qual o indivíduo precisa ser conscientizado para se emancipar da influência da indústria cultural. As pessoas não são criaturas passivas, manipuladas pelos meios de comunicação. Conforme veremos, submeteram-se ao fetichismo da mercadoria cultural tecnológica porque elas próprias foram se ajustando, ativamente, às condições de vida surgidas, através de sua própria práxis, com o capitalismo.

Horkheimer e Adorno sempre chamaram a atenção para o fato de que a reflexão por si só pode servir tanto à liberdade quanto à dominação. O indivíduo esclarecido só pode se emancipar com a sociedade e, por isso, eles atentavam para o risco deste indivíduo, existente enquanto idéia e ideologia, embora "criticamente consciente, ainda permanecer teleguiado de uma determinada maneira em seu comportamento, não sendo, em sua aparente emancipação, autônomo no sentido que se imaginava nos primórdios da Ilustração".[21]

Escreve Deborah Cook que, segundo os frankfurtianos, "se a consciência não fosse despertada de alguma maneira, não seria possível questionar efetivamente as condições sociais, econômicas e políticas [vigentes na atualidade]".[22] A proposição precisa ser nuançada porque, como eles deixaram entrever várias vezes e a autora soube perceber, na realidade os indivíduos já se encontram nessa condição. O esclarecimento tornou-os todos adultos, e a mídia ajudou bastante nesse processo. Atualmente, "o homem adapta-se às condições dadas em nome do realismo".[23]

---

[21] ADORNO, T. *Educação e emancipação*, p. 184-185. Cf. Peter Sloterdjik: *Crítica de la razón cinica*. Madri: Taurus, 1988.

[22] COOK, D. *The culture industry revisited*, p. 100.

[23] HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. *Temas básicos da sociologia*, p. 203.

O problema não se explica recorrendo ao conceito de dominação ideológica. A transformação da realidade esbarra em numerosas forças contrárias mas, também, no fato de que os homens até certo ponto querem ser enganados. A mediocridade espiritual e a pobreza de idéias presente na maior parte da cultura de mercado depende de uma constelação de interesses à qual não é estranha a vontade das massas.

"Na visão de Horkheimer e Adorno, o desenvolvimento da indústria cultural é uma parte intrínseca do processo de crescimento da racionalização e reificação nas sociedades modernas, um processo que torna os indivíduos cada vez menos capazes de pensamento independente e sempre mais dependentes dos processos sociais sobre os quais eles possuem pouco ou nenhum controle". Entretanto, isso não quer dizer que a indústria da cultura "ocasionou a incorporação dos indivíduos numa totalidade social racionalizada e reificada; frustou sua imaginação, extinguiu seu potencial revolucionário e tornou-os vulneráveis à manipulação por ditadores e demagogos".[24]

Na verdade, a prática da indústria cultural não tem esse poder, limitando-se a tornar moral pública uma conduta que nasce da coação do sistema: momento dele, ela apenas "confirma-os e consolida-os na crença, carente de verdadeira fé, em sua própria existência".[25]

Os indivíduos respondem ao apelo dos bens de consumo porque sua práxis perdeu o sentido produtivo e degenerou em uma série de pseudo-atividades. A experiência do mundo favorece cada vez mais a procura de diversões que os afastem de suas vidas. Destarte, conduzem-se como herdeiros da atitude burguesa perante a arte e segundo a qual "o que me agrada pode ser mau, fraude fabricada, para alguém deitar poeira nos olhos", mas também algo de que necessito e, por isso, uma fraude da qual "não gostaria que me lembrassem", da mesma forma que não gosto que me peçam "esforço e que me contrariem no [meu] tempo livre" (*Estética*, p. 343).

Nas mercadorias culturais da indústria, os consumidores por certo não vão encontrar a felicidade, mas podem obter um antí-

---

[24] THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna*, p. 134.

[25] ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. *Temas básicos da sociologia*, p. 203.

doto contra a sua infelicidade: "Não há nenhum desfrute ou prazer real apenas a liberação do sentimento individual de desprazer e a extração de uma satisfação regressiva com o fato de se submergir o eu em um [sucedâneo] de comunidade".[26] Kracauer não entendeu o problema corretamente. A pretensa realização dos desejos promovida pelos bens culturais não é senão a felicidade resultante do fato de saber enfim que não se é feliz, embora, em tese, se pudesse ser, partindo da hipótese de que a vivência dos citados prazeres – na verdade – está bloqueada pela maneira como se estrutura a sociedade.[27]

Conforme afirma Adorno, "a sobrevivência da sociedade existente [tornou-se] incompatível com a consciência de si mesma" e esse fato, se assim se pode dizer, é a sua ideologia (*Estética*, p. 343). A população sabe – em número cada vez maior – que as corporações transnacionais e os conglomerados multimídia detêm mais e mais poder, controlam a economia e conduzem a política mundial. As adversidades da vida não só passaram a ser reconhecidas de maneira imanente mas, agora, são enfrentadas de maneira realista: todas as ilusões vão se desvanecendo, à medida que avança o progresso tecnológico. O progresso das condições materiais de vida não quer dizer que a vida tornou-se menos dura para amplas camadas da população, e o conhecimento de que várias delas mal conseguem sobreviver em várias partes do mundo grava a consciência global criada pelas telecomunicações.

Falando em linhas gerais, a subordinação do indivíduo à estrutura social é o padrão dominante da civilização. Atualmente, ela perdeu a aparência pessoal. Os indivíduos são até certo ponto mais livres. Entretanto, isso não quer dizer que o referido padrão desapareceu. O esclarecimento lhes trouxe maior clarividência, e essa lhes permite enxergar a rede de dependências em que estão enquadrados. "Em repetidas ocasiões as pessoas chegam mesmo a declarar que são simples peões [jogados no tabuleiro]", salientando a dificuldade de escapar das "incessantes exigências e pro-

[26] ADORNO, T. "The psychological technique of Martin Luther Radio Adresses", p. 18.

[27] ADORNO, T. *Quasi una fantasia*, p. 55. Cf. Siegfried Kracauer: *De Caligari a Hitler*. Rio de Janeiro: Zahar, 1988, p. 27.

vas requeridas por uma sociedade regida por uma ordem mercantil e burocrática".[28]

Para Adorno, o fundamento antropológico em que se baseia a indústria cultural é não apenas a dificuldade psicológica e moral em conviver com esse fato sem paliativos, mas – principalmente – o desejo dos homens enganarem a si mesmos acerca de sua situação. Trata-se de um desejo estimulado de maneira semiconsciente pelas suas circunstâncias de existência. Os indivíduos têm consciência do que lhes acontece. Entretanto, desejam crer no contrário, a despeito dessa consciência. Na modernidade avançada, o conformismo se traduz pois em cinismo bem informado. "A indignação com os escândalos [transmitidos pela mídia] na maioria dos casos consiste em uma racionalização superficial; realmente o [público] retira algum prazer da estória".[29]

Aparentemente, a característica dominante da subjetividade atual é a falsa consciência esclarecida, como diz Peter Sloterdijk. Os valores se tornam mais e mais transparentes como embustes, perdendo sua eventual validade. Os indivíduos têm consciência da precariedade de sua existência e da mentira que se tornou a vida social em sua totalidade. Contudo, em seu tempo livre preferem se ocupar com a fantasia oposta, apropriada por meio da procura e consumo de entretenimento. Destarte, podemos supor que o indivíduo continuará consumindo as mercadorias da indústria enquanto estas, explorando seus sentidos com estímulos estéticos, oferecerem-lhe os meios para esquecer das adversidades deste mundo e de seu estado de angústia diante da mentira que ele se tornou, enquanto elas conservarem um maior atrativo do que o trabalhoso processo de desenvolver a experiência individual.

5.2 Esquematismo e mercantilização

Para Adorno, "as tendências societárias essenciais... não atuam de maneira uniforme, segundo a amostragem estatística da população, mas de acordo com os interesses mais poderosos e a eficácia da ação dos que fabricam a opinião pública" (*Temas*, p.

[28] ADORNO, T. *Bajo el signo de los astros*, p. 114-115.

[29] ADORNO, T. "The psychological technique of Martin Luther Radio Adresses", p. 68.

125). As comunicações expressam as relações de força vigentes entre os grupos sociais e a maneira como cada um deles logra fazer uso de seus recursos, sabendo-se de antemão que, hoje, as tendências que se impõem são as ditadas pelo capital. Os promotores da indústria cultural afirmam que dão às massas o que as massas querem: trata-se de um enunciado ideológico, pois se é certo que o processo conta com o apoio das massas, ocorre que as demandas dessa última só tendem a ser atendidas quando podem dar lucro aos produtores.

A pergunta que fica é pois a de saber por que as massas se voltam para o consumo? Adorno deu sua resposta ainda nos anos 30. A procura pelos bens de consumo se explica porque é sobretudo através deles que as massas compensam as rotinas cotidianas que têm de cumprir e se habilitam a satisfazer sua subjetividade. As mercadorias culturais não são impostas de cima para baixo: "representam uma tentativa fútil e compulsiva de evitar a perda de experiência implícita nos modernos modos de produção e de escapar da dominação da equivalência abstrata, através da concreção [espiritual] obtida pessoalmente (*self-made*)" (*Prismas*, p. 85).

O fundamento "da poderosa indústria da diversão, que cada vez mais cria, satisfaz e reproduz novas necessidades", por conseguinte, deve ser buscado na necessidade social de "regenerar as energias para o trabalho que as massas consumiram no alienante processo de produção" (*Cinema*, p. 13). O consumo de valores estéticos constitui antes de mais nada um meio de restaurar os danos causados pelo processo de trabalho, a despeito da tendência a esse consumo converter-se em sentido do crescente tempo livre que, desejando ou não, as pessoas estão destinadas a ter no capitalismo avançado.

> A população está preenchendo suas horas com trabalho simulado, uma atividade ficcional, cujos gestos apontam e zombam da falta de trabalho no mundo real... As centenas de jogos perdidos ou abandonados à medida em que são completados, que seus heróis morrem ou caem no limbo digital, fazem eco ao destino de milhões

de indivíduos que se perdem no vasto jogo promovido pelo capital.[30]

Simmel foi o primeiro, parece, a ver que o modo de vida urbano e mercantil gera uma contínua agitação espiritual, marcada pela pressa infindável, a multiplicação de contatos, a mecanização da conduta e o fluxo de novidades despejado pelos serviços de comunicação. Nasce aí o desejo moderno de, vez por outra, repousar na calma do gozo passivo e no desfrute do livre jogo da imaginação. Adorno viu em seguimento que, na produção e consumo dos bens culturais, há uma forma de lidar com essa brutalidade civilizada, na medida em que ambos, produção e consumo, podem ser vistos como uma forma de "relaxamento organizado dos costumes" (*Dialética*, p. 132).

Em última instância, o desígnio secreto dessas práticas é, porém, ocupar e treinar a mente para servir o sistema. O sentido do manejo dos órgãos e nervos, ao mesmo tempo superexcitados e extenuados, é saciar, ao menos momentaneamente, as faculdades anímicas e corporais com estímulos diferenciados o bastante para, mediante sua contraposição concentrada, estabelecer a receptividade e desfrute de sensações e experiências, engendrar a maior soma possível de interesse e prazeres.

A pretensão de que é por meio da indústria cultural que se instalam socialmente fenômenos vazios ou irracionais é falsa: o sistema em que ela se transformou repousa menos na renúncia do que na deformação de objetivos racionais ou razoáveis. O processo é necessário, sobretudo, para a reprodução da nossa capacidade de trabalhar e consumir "em um mundo que prepara os homens para a reprodução dessa capacidade e constrange suas necessidades a se adequarem aos interesses de suprimento e controle social [dominantes]" (*Prismas*, p. 109-110).

> Dificilmente suportar-se-ia sem algo para mitigá-la a compreensão [existente entre o homem moderno] de que há uma dependência cada vez maior: se os homens a admitissem abertamente, mal poderiam agüentar umas circunstâncias cuja mudança não se coloca

[30] STALLABRASS, J. *Gargantua: manufatured mass culture*, p. 101-102.

como objetivamente possível e para as quais não sentem possuir a devidas forças psíquicas.[31]

Em segundo lugar, as mercadorias culturais precisam ser vistas como veículos de pseudo-individualização, porque constituem "o cânone dos padrões de conduta produzidos sinteticamente" (*Indústria*, p. 78). O capitalismo cada vez mais separa e individua as pessoas mas, ao mesmo tempo, as priva das condições para cultivarem sua personalidade. A procura de bens simbólicos, o teste de modelos e a montagem de um estilo de vida pessoal através deles significam uma maneira de empregar os recursos subjetivos disponíveis e subtrair-se, ao menos parcialmente, da homogeneização da consciência promovida pelas rotinas da vida civilizada.

> [O consumo] canaliza aquele ímpeto de se estar presente [a si mesmo e aos outros] que, de outro modo, atacaria de forma indiscriminada, anárquica, como promiscuidade ou agressão selvagem, a coletividade, que, no entanto, não se constitui de outras pessoas senão aquelas que estão neste caminho (*Minima moralia*, p. 122).

Finalmente, a prática da indústria cultural deve ser vista como um fator de esquematização da subjetividade. As mercadorias culturais da indústria possibilitam às pessoas disporem de um mecanismo de defesa perante a fragmentação da realidade e sublimarem a progressiva perda de sentido da experiência.

> [Na modernidade tardia,] a experiência, a continuidade da consciência, na qual perdura o não-presente e na qual o exercício e a associação fundam uma tradição no indivíduo singular, é substituída por um estado informativo pontual – desvalido, fungível e efêmero – sempre prestes a ser apagado por outras informações no instante seguinte: no lugar do *temps durée*, conexão de um viver em si até certo ponto uníssono que desemboca em um juízo, coloca-se um *é isto* sem julgamento (*Pseudocultura*, p. 260).

Significa que, hoje em dia, a fragmentação da experiência produzida pelo modo de produção e as relações de troca é reunificada (ideologicamente) através da mercadoria. Os programas de televisão, as histórias em quadrinhos, a música popular basei-

[31] ADORNO, T. "Supersticion de segunda mano" (In: HORKHEIMER e ADORNO, *Sociológica*, p. 217).

am-se em fórmulas, técnicas e conceitos que permitem às pessoas exercitarem-se nas vivências que lhes exige o sistema. Assim, os sujeitos dividem seus sentimentos e conservam a comunicação no contexto de uma sociedade que leva seus integrantes a uma desintegração moral cada vez maior, visto ser aquela mais e mais estruturada pela forma mercadoria.

Como não pode oferecer o que, pela própria condição, lhe escapa (uma solução concreta), a produção cultural da indústria procura levar às pessoas uma espécie de alívio permanente, predicando o constante consumo do que ela mesma não faz senão pôr no mercado.

Segundo Kant, o indivíduo possui em sua alma um mecanismo secreto que prepara as sensações imediatas de modo a se ajustarem ao seu sistema de pensamento. A multiplicidade da experiência sensível precisa ser ordenada pelo sujeito – para fazer sentido – através de um processo misterioso, que o filósofo chamou de *esquematismo*, em sua *Crítica da Razão Pura*.

Theodor Adorno entendeu que hoje esse segredo está decifrado: a fragmentação da experiência produzida pela técnica de vida moderna é a base do conceito filosófico de multiplicidade sensível, e o sentido que se costuma lhe dar, um subproduto dos esquemas veiculados pelos bens culturais da indústria.

A percepção sensível e a consciência moral das pessoas envolvidas com a economia de mercado e o modo de produção capitalista são cada vez mais fragmentadas. Os indivíduos encontram-se cada vez mais atomizados e sujeitos a *shocks*, que os ameaçam com o caos espiritual.

"O esquematismo é o primeiro serviço que a indústria cultural presta aos clientes", referindo-se à maneira como as mercadorias culturais tecnológicas, enquanto expressam certas relações sociais, sintetizam os dados da experiência em nossa sociedade (*Dialética*, 117-118).

Atualmente, a presunção de possuir uma visão pessoal das coisas tende a ser um fator de perturbação. A experiência individual tende a ser nivelada, na medida em que o capital retira do sujeito a capacidade de intermediar a relação entre a vida e o sentido. O emprego de esquemas não só permite que a vida se torne mais fácil mas, ainda, que se disponha de uma orientação

mais rápida e liberta da fadiga que imporia a compreensão das complicadas relações criadas com a era da técnica e em que se sustenta nossa civilização.

As mercadorias culturais podem ser vistas, por isso, como "fantasias produzidas de maneira esquemática" (*Minima moralia*, p. 177): elas sintetizam os materiais estéticos e intelectuais existentes para seus consumidores. O resultado do cuidado com que se procura cativar o consumidor, poupando-lhe o desgaste psíquico, é o surgimento de uma série de esquemas, através dos quais as mercadorias estruturam e mediatizam a subjetividade do homem contemporâneo.

Os programas de auditório, paradas de sucesso, cadernos de variedades, talk-shows, revistas de moda e outros veículos da indústria cultural de hoje em dia descendem das distrações que se podiam encontrar nas primeiras feiras livres mas, diversamente do circo, do *music hall* e do teatro de revista, que sucederam, caracterizam-se não só tratar o público "com os últimos métodos da psicotécnica e da propaganda mas [estarem], eles mesmos, construídos com critérios propagandísticos".[32]

O princípio mais importante em que esses veículos se baseiam, em poucas palavras, é o do efeito: o cálculo dos meios para obter uma resposta positiva (consumo) por parte do mercado. Os produtos precisam ser vendáveis e, assim, são feitos antes de mais nada para se adequar à expectativa dos consumidores. Nos últimos anos, as empresas culturais não passaram por nenhuma democratização: aconteceu apenas que "a tendência para integrar cada vez mais o público à produção encontrou uma saída lógica na incorporação ativa desse público [...] como criador de um pedaço do texto [dito interativo das comunicações]".[33]

As mercadorias culturais, realmente, funcionam como se fossem um teste sociopsicológico: modelos e estímulos de possíveis projeções, desejos e condutas sociais. A exploração da procura por satisfação estética, embora imediata, não é, porém, mecânica. As empresas culturais por certo tentam controlar a demanda, canalizá-la em determinadas direções, mas não podem ter certeza a respeito do que é que vai ter sucesso. Os modelos com que se

---

[32] ADORNO, T. *Filosofia da nova música*, p. 93.
[33] MATTELART, A. *O carnaval das imagens*. São Paulo: Brasiliense, 1989, p. 177.

pode contar podem ter saído de moda, mas esse não é o principal problema. Os cálculos estéticos, por definição, raramente são eficientes e, por isso, a própria eficácia dos produtos só pode ser avaliada por dados como o volume de vendas e o fluxo de consumo.

As necessidades subjetivas não existem previamente, formando-se de fato através da interação com oferta e os mecanismos de publicidade (*Estética*, p. 272). O processo, todavia, não tem sentido único. As estratégias de produção são fixadas através de um agenciamento seletivo, submetendo-se os bens ao teste do mercado. As pesquisas de mercado servem apenas de indicação, na medida em que o próprio gosto está sempre mudando, de acordo com as tendências que cria a sociedade. O cálculo da reação estética é sempre estimativo, sujeitando-se necessariamente à experimentação (idem, p. 296). Os produtores reúnem em um programa ou produto um pouco dos diversos elementos que, em tese, permitem-lhe agregar o máximo de consumidores, mas o efeito concreto da composição depende de variáveis que eles não controlam.

As mercadorias culturais aparecem num contexto de forte competição e, portanto, precisam possuir traços que as diferenciem. A preocupação que se tem para que sejam vendidas em escala de massa também exige, porém, que não se diferenciem excessivamente. A prática da indústria cultural requer que os produtos possam ser distinguidos de todos os outros mas, ao mesmo tempo, carreguem marcas dos modelos que foram ou estão sendo bem-sucedidos. Os produtos colocados no mercado precisam ser originais, sem contudo exigir muito esforço psíquico dos consumidores. Os esquemas são resultado dessa situação paradoxal, tanto quanto formas através das quais se leva a cabo sua promoção mercadológica, que, como todavia notado, não transforma os produtos em sucesso automaticamente.

O processo em foco, note-se contudo, precisa ser visto de maneira dialética: por um lado, a concentração econômica em larga escala favorece a esquematização, tornando-a imperativa por razões comerciais, como rotinizar a feitura dos bens, facilitar o consumo e não desagradar os clientes; por outro, esses esquemas respondem a certas demandas do público, como poupar as

energias psíquicas e dispor de meios para enfrentar as tendências ao caos cognitivo em curso na nossa época.

As estratégias de personalização de que a indústria lança mão, por exemplo, não se deixam reduzir à mera técnica de marketing. O esquema funciona como tal porque permite às pessoas "preservarem um pouco da espontaneidade da experiência, atribuindo a seres humanos vínculos (sociais) anônimos que não só escapam à compreensão daqueles que não aceitam teorias como, devido à sua terrível frieza, não são toleráveis pela consciência" (*Literatura II*, p. 243).

As mercadorias são esquematizadas com princípios promocionais (glamourização, serialização, personalização, etc.) que sublimam tendências de gostos oriundos das próprias massas, as convenções estéticas, fórmulas sensíveis e platitudes literárias às quais elas se acostumaram e que, com o passar do tempo, foram se tornando uma segunda natureza, não importa o quanto sejam relativas do ponto de vista histórico.

Destarte, conviria observar que os esquemas não são impostos às pessoas. Na realidade, eles são impostos aos produtos pela sociedade. Provindos de necessidades concretas, os esquemas não somente sublimam esteticamente certas relações sociais como variam de acordo com o contexto cultural e momento histórico.

Benjamin nos fornece um bom exemplo do assunto em seu ensaio sobre Paris no tempo de Baudelaire. Conforme relata o autor, os temores pelo convívio com estranhos que a experiência urbana causou às pessoas nos primeiros tempos da era burguesa provocou o surgimento de uma peculiar literatura de variedades. O propósito das chamadas *fisiologias* era assegurar que qualquer um seria capaz de, sem ser perturbado, decifrar a profissão, o caráter, a origem e o modo de vida das pessoas com que tinha de cruzar pelas ruas das grandes cidades.

Entretanto, os esquemas que desenhou não tiveram vida longa, sendo pouco a pouco suplantados pelos romances policiais, cuja origem pode ser buscada nas histórias de detetive escritas por Edgar Allan Poe. "Os pequenos calmantes que os fisiologistas preparavam passaram a valer nada", a partir do momento em que "a concorrência econômica cada vez mais aguda levou cada

um a afirmar seus interesses individuais". O conhecimento preciso desses interesses tornou-se bem mais útil do que o da suposta essência das pessoas e, para dar conta dessa nova forma de reagir ao ritmo da vida urbana, o romance policial acabou parecendo melhor aparelhado.[34]

Segundo Adorno, entre os principais esquemas em que se baseia a prática da indústria cultural podem-se contar os seguintes:

1. *Padronização* – O procedimento refere-se às fórmulas e estruturas formais, variáveis conforme a época, em que se baseiam os conteúdos singulares das mercadorias. Os produtos são criados de modo que espelhem uma norma ou padrão similar a de todos os outros do mesmo gênero. "Desde o começo do filme já se sabe como ele termina, quem é recompensado, e, ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz, desde os primeiros compassos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto" (*Dialética*, p. 118).

2. *Pseudo-individuação* – As mercadorias precisam ser padronizadas mas, ao mesmo tempo, diferentes entre elas, para serem vendidas no mercado. O princípio da pseudo-individuação refere-se às marcas que o produto cultural procura ter para poder se distinguir e competir com os demais, apesar de possuir igual trivialidade. A padronização das mercadorias da indústria costuma ser escamoteada por uma fachada de estímulos diferenciados. A performance tangível, o detalhe técnico e os efeitos especiais são alguns meios através dos quais se "quebra" sua rigidez.

3. *Glamourização* – O esquema faz eco às práticas de promoção que constituem o próprio núcleo da indústria cultural e remete aos expedientes que procuram dar relevância às mercadorias, conferindo inclusive aos seus aspectos mais banais a condição de grandes espetáculos. Na música, por exemplo, significa aquelas passagens que parecem comunicar a atitude *agora vamos apre-*

---

[34] BENJAMIN, W. "A Paris do II Império em Baudelaire". In: – *Sociologia* (Org. de Flávio Kothe). São Paulo: Ática, 1985, p. 65-82. Cf. Siegfried Kracauer: *Le romam policier*. Paris: Payot, 1971. David Frisby: "Kracauer and the detective novel". In: *Theory, culture and society* 2 (1-22) 1992.

sentar e, nos filmes, o encanto ou atrativo adquirido por uma simples refeição caseira ou rotina profissional.

4. *Hibridização* – Os conteúdos estéticos dos bens culturais da indústria não só tendem a mesclar diversos gêneros como costumam ser distribuídos de maneira mais ou menos fungível, vindo a formar uma espécie de coletânea, que os faz desfilar diante de nós como se estivéssemos em um show de variedades. Nas telenovelas, por exemplo, podem ser vistas, lado a lado, convenções estilísticas extraídas de uma vasta gama de gêneros, desde o cinema policial e o teatro de revista até o formato noticioso e o videoclipe.

5. *Esportização* – As mercadorias são esquematizadas formalmente de modo que suas partes pareçam ser ou fazer parte de um evento esportivo. Nos filmes, por exemplo, as seqüências de ação são montadas de modo a parecer que sua duração pode ser cronometrada e, nas coreografias musicais, as performances são determinadas por regras arbitrariamente estabelecidas.

6. *Aproximação* – O consumo das mercadorias estimula o surgimento da sensação esquemática e ilusória de que, por meio delas, se pode não apenas acessar de forma imediata, mas apoderar-se da maneira que se desejar da essência dos fenômenos sociais. A televisão enseja a fantasia esquemática de que se pode possuir qualquer coisa, mesmo as mais distantes, apenas clicando em alguns botões.

7. *Personalização* – os esquemas tratam os aspectos objetivos dos conteúdos como se não passassem de problemas humanos e individuais, associam os fatos às pessoas, promovendo uma curiosidade para com os indivíduos, ao invés do entendimento do material. Na televisão, por exemplo, conflitos políticos e posturas ideológicas são retratados sob a forma de conflitos psicológicos e manifestações de caráter das pessoas envolvidas (*Indústria*, p. 148-149).

8. *Estereotipagem* – As mercadorias são construídas através de procedimentos simplificadores, que funcionalizam o significado e reduzem a complexidade contidas no material sujeito à ativi-

dade artística e intelectual, como se constata, por exemplo, na elaboração de enredos e construção de personagens.

Aparentemente, o esquema de fundo em que todos esses casos tendem mais ou menos a se encaixar consiste, por hipótese, na "fórmula dramática descrita uma vez por uma dona-de-casa como *getting into trouble and out of it* (meter-se em complicação e sair dela)", já que ela "abrange toda a cultura de massa, desde o mais cretino *women's serial* até a obra mais bem executada" (*Dialética*, p. 142-143).[35] Conforme veremos na seguinte seção, isso estaria de acordo com a tendência, que se verifica na prática da indústria cultural, dela fornecer uma espécie de articulação aos mecanismos de sujeição estabelecidos no âmbito do capitalismo avançado. Entretanto, referindo-o, não se pretende afirmar que ele seja o único ou que as mercadorias culturais sejam meramente agenciamentos de esquematismos.

A matéria está aberta à pesquisa e, também, à fortuna que lhe reserva o movimento concreto da indústria cultural.

Visualizados numa perspectiva de conjunto, pode-se afirmar, porém, que os esquemas vêm a constituir uma espécie de estrutura articuladora do fetichismo de mercadoria, na medida em que procuram vesti-la de modo a fazê-la parecer que tem um poder guardado dentro de si e que, esse poder, é o de satisfazer integralmente todas as nossas necessidades. Surgidos da prática da indústria cultural, eles delineiam o caráter de fetiche dos bens mercantis, colaborando para que as relações do sujeito vivo com as coisas e os outros sejam escondidas desse sujeito e transplantadas para o corpo morto dos bens de consumo. Os esquemas têm em comum, portanto, o propósito de representar as vantagens de cada mercadoria como "uma revelação que fosse alterar o curso inteiro de uma vida", encobrindo ao mesmo tempo o fato de, na verdade, cada uma delas constituir uma coisa menor, "que não faz real diferença [para a vida das pessoas]".[36]

---

[35] Cf. ALAIN EHRENBERG: *Le culte de la performance*. Paris: Calmann-Lévy, 1991.

[36] HORKHEIMER, M. *Eclipse da razão*, p. 110. Cf. Barbara Klinger: "Commodification and reception in mass culture". In: James Naremore J.; Patrick Brantlinger (orgs.): *Modernity and mass culture*. Bloomington (IN): Indiana University Press, 1991. Bernard Gendron discute com propriedade, ainda que de maneira indireta, os problemas contidos na construção e emprego do conceito de esquema, conforme ela-

As mercadorias que os agenciam representam uma forma de as pessoas se exercitarem nas situações e rotinas a elas impostas pelo modo de vida capitalista: trabalhando com materiais sensíveis, que remetem à totalidade em que as pessoas se inserem sem consciência, veiculam-se nelas os princípios estéticos com que as massas podem estruturar para si os problemas e tendências criados por esse sistema.

Conforme observa Fredric Jameson, continuador da exploração teórica dessa perspectiva em chave mais detalhada, os elementos que chamamos nesta seção de esquemas fornecem um mínimo de orientação com a qual as pessoas podem se guiar pelos meandros do sistema mundial globalizado depois do fim da cosmologia. As mercadorias culturais são, em alguns casos, por isso tudo, "formas novas e peculiares de realismo (ou pelo menos, de mimese da realidade), ao mesmo tempo em que podem igualmente ser analisadas como parte dos diversos esforços para distrair-nos e desviar-nos da realidade ou encobrir suas contradições, resolvendo-as em aparência, através de diferentes mistificações formais".[37]

*

Em conclusão, observaríamos que as práticas de indústria cultural não são geradoras da situação espiritual por nós vivenciada atualmente. Os esquemas que elas veiculam possuem, porém, um efeito de conjunto, que consiste em tecer um véu ou levantar barreiras para a clara percepção de suas raízes. Também são, nesse sentido, elementos limitadores de sua eventual superação, no caso de haver forças sociais capazes, em tese, de mover tal campanha. Os esquemas em que se baseia a indústria cultural, de cunho ao mesmo tempo afetivo e racional, tendem a estruturar "os padrões de conduta do público antes mesmo dele se confrontar com qualquer conteúdo específico e de uma maneira que de-

---

borado em nosso excurso (cf. "Theodor Adorno meets The Cadillacs", em Modleski, T. *Studies in entertainment*, 1986).

[37] JAMESON, F. *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. Durham (NC): Duke Univ. Press, 1991, p. 49. Jameson exemplifica bastante bem, ainda que sem usar o termo, uma forma de esquematismo disponibilizada pelos chamados filmes de conspiração em *La Estetica Geopolitica*. Barcelona: Paidós, 1995. Cf. nosso estudo "A Trama: Pakula e a fantasmagoria melancólica da desintegração do jornalismo no espírito do espetáculo mercantilizado". In: Christa Berger (org.): *Jornalismo no Cinema*. Porto Alegre: Ufrgs, 2002.

termina amplamente o modo como esse conteúdo está sendo percebido" (*Indústria*, p. 145).

A transformação da cultura em mercadoria e a formação de uma cultura de mercado constituem, portanto, um movimento que estrutura, no corpo e alma de seus sujeitos, a experiência humana na atualidade. Contrariamente à opinião corrente, o fenômeno não se relaciona com a inculcação de ideologia através da mensagem, porque em última instância "já não se precisa injetar nenhuma ideologia" (*Indústria*, p. 57). Os processos em foco dependem da convergência das carências materiais e fantasias coletivas de seus consumidores potenciais com as satisfações e prazeres prometidos pelos bens culturais, agenciados pela prática de um negócio amplo, variado e complicado, que precisa ser entendido dentro do processo histórico e civilizatório.

A prática da indústria cultural não atua através da imposição direta de condutas, mas da elaboração cada vez mais sistêmica e sistemática de expedientes e técnicas em que não estão ausentes a consciência e a vontade dos consumidores, porque seus sujeitos, em última instância, são tão moldados por ela quanto aqueles procedimentos. O principal educador das massas, hoje, é o dinheiro, e sua escola é o mercado. Os esquemas através dos quais os produtos são agenciados apontam para direções diversas apenas no tocante aos benefícios concretos: em todo o resto não distinguem mais entre dominantes e dominados no mundo contemporâneo.

Os consumidores não são por certo dados, mas encontram-se pré-constituídos nas estruturas econômicas e organizacionais que caracterizam o tempo presente. As mercadorias culturais consistem, por isso, sobretudo em uma mediação, através da qual as pessoas se fazem mas também, pelos menos por alguns instantes, se desfazem como sujeitos em nossa sociedade.

6

Destinações do sujeito: regressão e assujeitamento

No capítulo anterior, apresentamos proposta de interpretação do pensamento adorniano que nos obriga a rever o juízo segundo o qual a crítica da indústria cultural baseia-se na chamada hipótese da audiência passiva. Adorno a tratou assim em diversas passagens, chegando ao ponto de dizer que, privados de quaisquer resíduos de livre-arbítrio, "os indivíduos sucumbem sem resistência ao que lhes é oferecido" (*Dialética*, p. 125) e "tendem a produzir reações passivas, tornando-se meros centros de reflexos socialmente condicionados" (*Sociologia*, p. 144).

Entretanto, no método dialético o momento não deve ser tomado pelo todo, pouco importando se o pensador observou ou não o ponto em relação ao objeto debatido nesta investigação. Os juízos não querem dizer identidade. A passividade das audiências é ideologia (aparência socialmente necessária): significa que as pessoas estão paralisadas, mas não totalmente. O sujeito social – por mais reificado que possa estar – continua vivo e atuante na esfera da indústria da cultura.

> A despeito do grau de reificação que possuam na realidade, nenhuma das categorias em foco – cultura e administração – está totalmente reificada; da mesma forma que o mais formidável invento cibernético – ambas remetem ao sujeito humano (*living subject*) (*Indústria*, p. 113).

A problematização do veredicto sobre a morte do sujeito histórico que se visualiza na perspectiva adorniana precisa ser examinada em toda a sua densidade, na medida em que, partindo de

sua vista global, a situação atual se deixa melhor entender em termos relativistas, como uma situação em que o ser humano é escandido, senão arrastado, por forças que, no contexto da indústria da cultura, o levam tanto ao assujeitamento quanto à desindividualização.

6.1 Resistência e assujeitamento

O movimento cultural da indústria não se reproduz de maneira mecânica: é um processo mediado pelo sujeito, que não se sustenta contra os seres humanos, mas por sua intermediação. O processo se reproduz por meio dos homens que ele produz e, por essa via, acompanha seu destino e seus atos de liberdade. Os clientes de casas de diversão não são "os indivíduos fascinados e passivos que se mostram neles e pelos quais eles mesmos se tomam".[1] As mercadorias culturais não chegam às pessoas andando com suas próprias pernas. Precisam ser ligadas ao sujeito pelo próprio sujeito (*Escritos*, p. 48). As condutas e hábitos em que são prescritas – assim como as pessoas que nelas se espelham – são produtos de um sistema de vida mais amplo, que não é aceito sem resistência interior, exigindo o emprego mais ou menos consciente da vontade para se transformarem em comportamento.

A crescente integração das pessoas que escapam à marginalidade é funcional, mas isso não é o mesmo que dizer automática. A propaganda não basta para motivá-las a agir: é uma condição necessária, mas não suficiente (*Música*, p. 43). Conforme escreve Adorno, os comportamentos de massas não são resultado de pura e simples doutrinação pelos meios de comunicação:

> A explicação segundo a qual os interessados em tal situação controlam todos os meios de opinião pública, já antiga, não basta por si só agora. As massas não se deixariam enganar por uma propaganda primária e falsa, se algo nelas mesmas não desse acolhida

[1] ADORNO, T. *Quasi una fantasia*, p. 56. A passividade das audiências, como se disse, precisa ser entendida como ideologia: aparência socialmente necessária. As pessoas consomem as mercadorias da indústria de forma passiva, mas só até certo ponto.

a mensagens que falam [até mesmo] em sacrificar-se e de viver perigosamente (*Escritos*, p. 35).

A planificação sistemática e a distribuição organizada de mercadorias culturais, sem dúvida, são um fator importante, reforçando as condições sociais favoráveis para uma apropriação, pelo indivíduo mutilado pelos processos de trabalho, dos modelos de conduta afinados com o modo de vida capitalista. A vontade com que as pessoas se entregam às práticas de consumo evidenciam, contudo, que há algo mais além nisso tudo. O processo cultural da indústria não pode ser visto de maneira linear. A subjetividade jamais se deixa reificar totalmente, constituindo uma espécie de limite categorial, não obstante sua plasticidade.[2]

Segundo Horkheimer, as contratendências à cultura de massa se manifestam à medida em que as pessoas procuram escapar dela. "O protesto contra os filmes não se acha tanto nas críticas amargas quanto no fato de as pessoas irem ao cinema e dormirem ou fazerem amor".[3] Para Adorno, elas podem ser descobertas dentro do seu próprio consumo. "A resistência não desaparece completamente na rendição a forças externas, mas mantém-se viva dentro do indivíduo e continua sobrevivendo até mesmo no exato momento do consentimento" (*Sociologia*, p. 143). O indivíduo continua procurando ele mesmo se fazer sujeito (no sentido ambíguo que essa expressão possui), mesmo nas condições da cultura de massa total, para as quais nos empurra a sociedade de troca tecnológica O sujeito não se reproduz pela simples coação, mas na medida em que os seres humanos são capturados pelo sistema (*Dissonâncias*, p. 45).[4]

---

[2] Cf. GEORG LUKÁCS: *História e consciência de classe*, p. 115.

[3] Max Horkheimer apud Martin Jay: *Dialectical imagination*, p. 214. Pesquisas mais recentes mostraram que parcelas expressivas da audiência costumam entrar e sair da sala, senão fazer outras coisas, durante o tempo em que estão assistindo à televisão (Sut Jhally, *Os códigos da publicidade*, p. 128).

[4] Cf. *Introducción a la sociología*, op. cit., p. 198. A corroboração empírica dessa hipótese encontra-se em vários estudos, mais ou menos recentes, onde se mostra que as práticas de consumo cultural são uma forma de as pessoas encontrarem soluções imaginárias para seus problemas mas também de fazerem frente à dominação através de formas agradáveis de resistência. Cf. Dick Hebdige: *Subculture: The meaning of Style*. Londres: Methuen, 1979; Janice Radway: *Reading the romance*. Chappell Hill (NC): University of North Carolina Press, 1987; David Buckingham: *Public Secrets*. Londres: BFI, 1987. Joke Hermes: *Reading women's magazines*. Oxford: Polity,

No decurso do último século, a capacidade de o indivíduo seguir seus próprios impulsos e a consciência dos interesses que se cobrem com o véu tecnológico tornaram-se parte inseparável da dialética da civilização.

> O desenvolvimento tecnológico tornou as pessoas tão racionais, astutas, céticas e resistentes contra a criação de todo tipo de crenças (freqüentemente, se há pontos vitais em questão, elas conservam-se indiferentes, inclusive perante a mais forte pressão da propaganda), que não pode haver dúvida sobre a existência de contra-tendências bastante fortes contra os padrões pervasivos que emanam de nosso meio cultural.[5]

O esclarecimento não é nem pode ser revogado de maneira arbitrária e mecânica pela indústria da cultura. As performances através das quais os indivíduos encenam sua pretendida identificação com condutas que, na verdade, sabem fantasiosas e ilusórias, embora fascinantes, não somente requerem seu esforço mas são um meio de se fazerem sujeitos em nossa sociedade. "A identificação com a instância que prescreve o prazer se efetua de tal maneira que o eu impõe a si mesmo a ordem de se deleitar e que a reação instintiva oficial não se produza senão através de uma racionalização."[6]

Os homens realmente não levam a sério esses modelos, mas se pautam por eles; nem os adotam por serem enganados, mas porque, até certo ponto, eles lhes convêm e se coadunam com seus interesses. O conhecimento cada vez mais amplo dos mecanismos de reprodução da realidade e de criação estética e tecnológica medeia a recepção dos bens culturais da indústria. A representação do mundo é vista como tal, sendo racionalizada. O resultado de tudo isso é que "as pessoas consentem com a cultura de massa [apenas] porque sabem ou suspeitam que através dela lhe são ensinados os costumes que por certo lhes serão necessários para se inserir na vida social conforme ela tem lugar no contexto dos monopólios" (*Indústria*, p. 80).

1997. Nick Stevenson: *Understanding media cultures*. Londres: Sage, 1995, p. 75-113.

[5] ADORNO, T. "Democratic leadership and mass manipulation", p. 269.

[6] ADORNO, T. *Quasi una fantasia*, p. 56. A hipótese remonta ao primeiro estudo sobre o jazz (*Discourse* v. 11, 1 [45-69] 1989).

Em virtude disso, contudo, precisamos rejeitar a hipótese de que a "espontaneidade foi substituída pela cega aceitação do material imposto" através da indústria da cultura (*Sociologia*, p. 146). Aquela existe por meio dos interesses e inclinações específicos do indivíduo. Porém, esse é definido sobretudo socialmente, através do processo histórico. As orientações de cada aspecto divergem e, por isso, eles tendem a ser elementos antagônicos. O capitalismo avançado se caracteriza por desencadear processos de socialização que tendem a integrar pela força e de modo radical a espontaneidade. A capacidade de resistência individual das pessoas, ainda que de maneira estereotipada, todavia sobrevive mesmo sob essa pressão do poder econômico (*Cinema*, p. 170-171).

O movimento todo-poderoso que emana do sistema da indústria cultural esquematiza em escala cada vez maior a subjetividade, mas isso não implica a absoluta eliminação da espontaneidade. A liquidação do sujeito histórico e político, da dimensão histórica da subjetividade, não atinge sua dimensão sistêmica e econômica. A reprodução do referido movimento é um processo humano e, portanto, algo precário, que carrega consigo as forças que, em princípio, poderiam livrar seu sujeito social, um sujeito sistêmico, das tendências à regressão que naquele se abrigam. A crescente sujeição que se exerce por meio desse processo é mediada pela consciência, e se tem algum êxito, é porque, mal ou bem, também permite alguma expressão livre e criadora da subjetividade.

Theodor Adorno trata a questão no ensaio *Sobre a música Popular* (1941): o entusiasmo pela música popular não é simplesmente espontâneo, mas também não é produto de uma mera ordem ou pressão externa. Os estímulos estruturais, externos, precisam ser elaborados interiormente. O consumo da música pop, como o de outros bens simbólicos, deve ser, noutros termos, comandado pelo sujeito. A corrida à loja de discos, a procura de notícias sobre os astros, a formação de clubes, o comparecimento aos shows, os exercícios de vassalagem pessoal, etc., que se vê entre os fãs – tudo isso envolve um apelo aos impulsos espontâneos, uma decisão no sentido de vencer o senso crítico e um acionamento mais ou menos consciente da vontade.

Para o autor, a resistência inicial a se engajar numa dessas práticas tem de ser quebrada pelo próprio indivíduo. Destarte, "o fã da música popular precisa ser imaginado como percorrendo o seu caminho com olhos firmemente fechados e dentes cerrados a fim de evitar que se desvie daquilo que decidiu aceitar. Uma visão clara e calma colocaria em perigo a atitude que lhe foi infligida e que, por sua vez, ele tenta infligir a si mesmo" (*Sociologia*, p. 144-145).

O consumo de bens culturais depende da vontade em se deixar enganar, e não de uma submissão mecânica, mas por isso mesmo esses bens carecem de total legitimidade. Os indivíduos manifestam-se com ambivalência perante as práticas da indústria cultural: se de um lado as têm sob suspeita, por outro as demandam. A estrutura econômica e social está ordenada de maneira que estimula o "desejo de ser manipulado passivamente",[7] mas ao mesmo tempo ninguém quer "reconhecer que é totalmente dependente e se deseja preservar [pelo menos] a ilusão de possuir iniciativa privada e liberdade de escolha".[8]

Os indivíduos várias vezes sentem que não há saída para certas situações: "A constatação de que ainda há pessoas que agem espontaneamente não significa que possamos representá-las de maneira que se atribua a suas ações uma influência decisiva" (*Literatura II*, p. 243). Destarte, a solução em que a maioria se engaja é procurar manter o processo sob seu próprio controle, tirando o máximo proveito das circunstâncias. No limite, "deseja-se [apenas] recostar na poltrona e ser alimentado com imagens e sons", chegando-se, neste clima, à disposição de "identificar-se com as coisas mais estúpidas somente para satisfazer a essa necessidade".[9]

O sujeito da indústria cultural tende a se parecer, por isso, com "a pessoa que tomou consciência de si mesma, aprendeu a lidar com a realidade e cuja insanidade aparente tão-somente confirma a insanidade objetiva dentro da qual os homens se vêem enfim apanhados" (*Indústria*, p. 74). A seguinte passagem,

---

7 ADORNO, T. "The psychological technique of Martin Luther Thomas Radio Adresses", p. 5.

8 ADORNO, T. "Social critique of radio music", p. 278.

9 PROKOP, D. *Sociologia*, p. 154.

escrita por um filho de trabalhadores, parece-nos bastante reveladora dessa intuição teórica, ao observar que os bens de consumo não os enganaram sobre a existência de desigualdades sociais na América do Pós-Guerra.

As mercadorias culturais não se deparam com consumidores ludibriados pela mídia, "apenas tornam mais tolerável e prazerosa sua situação", como dá registro um sociólogo norte-americano:

> Minha família percebia todo dia as desigualdades de classe, mas sentia-se impotente para fazer qualquer coisa a respeito. Como a maior parte dos trabalhadores, estávamos apenas tendo a melhor vida que podíamos com as oportunidades limitadas que ela nos propiciava. [...] As pessoas ingerem anestésicos para aliviar os sintomas de sua aflição, não para se tornarem tolas com suas existências. Continuam a ser conscientes de sua presença e anseiam por uma cura, mas nesse meio tempo procuram tornar ao menos tolerável sua má situação. Os trabalhadores americanos lutaram através desse século por uma vida melhor para si e suas famílias. Todavia, sempre que a cura para seus males pareceu remota, foram forçados a desistir em favor dos paliativos individuais representados pelos bens de consumo.[10]

Visando fornecer um esclarecimento mais abrangente do ponto, cabe fazer uma observação metodológica. No método dialético, parte-se do princípio de que os fenômenos não podem ser tratados como exemplo de algo que já existe como dado ou está dispensado de se revelar em seu próprio movimento. A abordagem exige que a coisa seja explicada através de sua gênese e individualização. O sujeito, por exemplo, é um resultado: constitui-se através de um processo contingente de autoposição em condições sociais determinadas.

A liquidação dessa figura é uma tendência inscrita nas estruturas sociais de nossa era, na medida em que a práxis que lhe deu origem encontra-se cada vez mais reificada. Acontece que, por isso mesmo, essa condição não deixa de ser reclamada do indivíduo. A sociedade moderna é aporética, porque as pessoas precisam se submeter a uma forma de vida cada vez mais mecânica que, ao mesmo tempo, exige que se tornem sujeitos. A racionali-

[10] GARTMAN, D. *Auto opium*, p. xiv.

zação é correlata a uma reificação de si, dos outros e do mundo cuja outra face é o seu assujeitamento. O prosseguimento da reificação da vida social – requerido pelo capitalismo de todos aqueles que pretendem sobreviver e serem bem-sucedidos socialmente – pressupõem a conservação de sua condição de sujeitos.[11]

A figura do sujeito histórico, princípio de instituição do indivíduo, aparece na fase atual em estado de paralisia e impotência perante a realidade. O sujeito social ou sistêmico, seu outro aspecto, encontra-se por sua vez tão sozinho que essa condição ele já quase não se suporta. A sujeição interior cada vez mais profunda requerida pelo progresso das forças produtivas e pelo avanço das relações mercantis tornou-se sem sentido com a correlata ruptura da metafísica tradicional. A consciência das massas tem cada vez mais presente a crise do sentido imanente no mundo desencantado. A conseqüência disso é que a continuidade do processo de assujeitamento passou a depender da descoberta de um sucedâneo desse sentido, de algo que permita ao indivíduo reagir com mais espontaneidade à má irracionalidade do mundo racional enquanto administração.

Adorno entendeu que os esquemas culturais da indústria se encaixam nesse contexto, constituem um meio através do qual os homens procuram e, até certo ponto, constituem-se em sujeitos no presente contexto histórico. "O jazz esboça esquemas de conduta social ao qual estão obrigados os homens, sem necessidade de que o jazz o esquematize. Então, os homens exercitam no jazz esse comportamento; além disso aficcionam-se a ele, porque assim o inevitável se lhes torna mais fácil e agradável".[12]

O processo ocorreria não somente no plano individual, mas também dos coletivos sociais, como sugere a observação de que, na era da indústria cultural, "também vemos formar-se na base,

---

[11] HORKHEIMER, M. *Critique of instrumental reason*, p. 128. O conceito de sujeito refere-se aos controles externos que as pessoas interiorizam, tornando-se parcialmente prisioneiras de si tanto quanto da sociedade (*Indicadores*, p. 150-151).

[12] ADORNO, T. "Moda sem tempo". In: – *Revista Civilização Brasileira* 17 (185-197) 1969, p. 191. O pensador chamava o jazz, o *beat* e o pop de "a escória da indústria cultural". Ulrich Schönherr sumaria com bom senso os pontos falhos da visão do autor sobre o jazz em "Adorno and jazz" (*Telos* 87 [85-96] 1987). Cf. Harry Cooper: "On *Über Jazz*" (*October* 75 [99-133] 1996); Robert Witkin: *Adorno on music*. Londres: Routledge, 1998; Christian Béthune: *Adorno et le jazz*. Paris: Klincksieck, 2003.

como protesto espontâneo, inconsciente e freqüentemente destrutivo contra a pressão e a frieza da sociedade de massas, novas configurações de microgrupos que oferecem aos indivíduos uma cobertura coletiva, estreita solidariedade e alguns esquemas de identificação" (*Temas*, p. 74).

O agnosticismo desorientado que predomina hoje em dia colocou sob suspeita todos os fenômenos culturais mas, ao mesmo tempo, mostra-se sequioso de experiências que permitam ao indivíduo estruturar sua experiência com algum sentido, mesmo que esse se reduza ao divertimento. A procura por bens culturais com o qual se liga constitui uma tentativa de restaurar as funções que a tecnologia maquinística lhe privou como sujeito histórico.

Nas práticas de consumo, eliminam-se os limites entre ação e reação, entre forças internas e externas. O sujeito pode se constituir sem coação imediata e, assim, conservar a si mesmo, sem reprimir a subjetividade. O consumidor de bens culturais não é simples objeto de cálculo mercadológico, na medida em que a decifração exigida pelas mercadorias colabora para sua própria conversão em sujeitos sociais, conforme nos ajudou a ver um ensaio de Miriam Hansen.

Aparentemente, Adorno relaciona a capacidade de socialização dos modelos de identidade propostos pela cultura de massa apenas à manipulação da audiência enquanto conjunto de receptores passivos. A referência não poucas vezes feita a eles como "centros de reflexos condicionados aos estímulos das comunicações" comprova que ele sucumbiu na falta de reflexão em vários momentos de sua análise do fenômeno.

Na verdade, porém, a visão do pensador não era tão estreita: "ele chegou a elaborar um modelo muito mais complexo de como cada membro da sociedade se integra à indústria cultural".[13] Conforme ele mesmo escreveu, "sabemos bem que as pessoas com que nos ocupamos ainda são seres humanos, com espontaneidade e capacidade de se autodeterminar, apesar de estarem envolvidos em relações que lhes são obscuras; como sabemos que é este elemento de espontaneidade e percepção que impõe limites às leis da maioria".[14]

---

[13] STEINERT, H. *Culture Industry*, p. 34.

[14] Theodor Adorno apud Wiggerhaus, *The Frankfurt School*, p. 454.

Adorno tratou a matéria sem pensar em termos de impacto isolado dos bens culturais sobre o indivíduo, referindo-a a um amplo processo social e histórico. Para ele, o ponto não depende de uma "questão de causa e efeito: os processos de oferta e procura são explicados no contexto de uma formação social, na qual o principal mecanismo é a mercantilização".[15] Contudo, notar isso ainda é pouco. A consideração dos textos nos permite afirmar que, para ele, o consumo de bens culturais da indústria remete também às solicitações que são feitas a eles enquanto seus leitores ativos e potenciais especialistas.

Conforme nota Miriam Hansen, o pensador costuma caracterizar os produtos culturais da indústria como um arranjo de materiais estéticos em constelações afins à escrita. A descoberta obriga-nos a rever certos juízos correntes, pois "a ênfase na *escritura* implica uma forma de recepção mais próxima à leitura do que a do consumo passivo a que em outras passagens se refere Adorno".[16]

Segundo a comentadora, as tecnologias de comunicação surgidas no último século se caracterizam por transformar a imagem em escrita. Os filmes, o disco, as novelas de televisão e outras mídias assemelham-se ou podem ser vistos como hieróglifos. Isto é, linguagens que contêm uma mensagem cifrada, escrita de acordo com os códigos sociais dominantes, que precisa ser decifrada pelos destinatários. A linguagem da cultura de massa é elaborada de modo a ser desfrutada por suas propriedades estéticas mas, ao mesmo tempo, para serem decifradas em seu conteúdo social.

Destarte, Adorno não teria impugnado a indústria cultural por dar lugar a uma audiência passiva mas, antes, por dar lugar a "convenções narrativas e de gênero que encorajam a assistência a ir mais além dos mistérios aparentes do enredo ou da monta-

---

[15] STEINERT, H. *Culture Industry*, p. 130.

[16] HANSEN, M. "Mass culture as hieroglyphic writing". In: *The actuality of Adorno* (Edit. por Max Pensky). Albany (NY): Suny Press, 1997, p. 85. As revistas e colunas de astrologia compartilham com os filmes de sucesso e as canções da moda o fato de que encerram em hieróglifos situações cotidianas com que o público se habituou e que são por meio deles apenas reforçados de maneira indireta ou camuflada na consciência, porque, apesar de tudo, ele "jamais pode chegar a se identificar totalmente com as mesmas" (Theodor Adorno: "Superstición de Segunda Mano". In: *Sociologica*. Madri: Taurus, 1966, p. 201).

gem".[17] Observe-se que, nisso, seus produtos não são muito distintos das demais obras de arte, porque o conteúdo cognitivo de todas elas situava-se, no modo de ver do filósofo, na maneira como elas estruturam os materiais estéticos de forma semelhante ou afim à linguagem.

As obras de arte são de um jeito ou de outro *mimese*, na medida em que podem ser caracterizadas como um texto, ou revelam traços que lembram as formas de linguagem ordinária, como é o caso – óbvio – da narrativa no cinema ou literatura, por exemplo. A experiência ordenada que a linguagem comum estrutura no cotidiano é recriada ilusoriamente pelas obras de arte – lembrando-se a propósito que, em si mesma, a existência humana não é uma forma narrativa ou significante: essa lhe é dada pela nossa capacidade de invenção.

Pondo de lado a tematização do ponto em relação à obra de arte (séria e leve), a pergunta que se coloca consiste em saber para que lado se dirige essa leitura e como ela lastreia um processo de sujeição ao capital via indústria da cultura. O escrutínio do problema passa por uma análise da diversão. A publicidade e as estratégias de marketing, segundo tudo indica, por si só não asseguram a aceitação dos bens de consumo.

Para Adorno, as pessoas se sujeitam ao sistema através de um cálculo utilitário, mas a dívida contraída por isso é difícil de ser saldada. A reificação que elas impõem a si mesmas não é aceita sem resistência. O negócio da diversão é um dos meios que os homens descobriram de vencê-la, extrair prazer da própria renúncia em viver de modo justo e espontâneo. O consumo de distração permite que eles se sujeitem sem ferir a consciência moral, enganem a si mesmos com mais facilidade, na medida em que, por ser diversão, não pode ser levada a sério, do modo como nos exige o resto da vida.[18]

---

[17] HANSEN, M. "Mass culture as hieroglyphic writing", p. 89. Jameson observou essa tendência em relação aos filmes de época mais recentes, como, por exemplo, *Os duelistas* (Ridley Scott, 1977) e *A época da inocência* (Martin Scorcese, 1994). Nessas "produções caras e bonitas de se ver", o espectador é estimulado a seguir a narrativa tanto quanto a ir além e proceder a algo como "uma decifração de índices e signos históricos, uma inspeção do figurino [e cenário]" (*As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1995, p. 228).

[18] Parafraseando Adorno, o sujeito da indústria cultural é a pessoa que deseja que os programas sejam excitantes e o cotidiano, econômico, quando o oposto, no caso, seria

A padronização dos bens culturais da indústria não se deve apenas a razões administrativas; também está ligada ao fato de permitir às pessoas pouparem sua energia mental, minada pela própria administração. "O caráter de produto pré-consumido se consolida, justifica e prepondera cada vez mais firmemente quanto mais ele se refere àqueles que só podem consumir aquilo que já foi pré-consumido" (*Indústria*, p. 58).[19]

O fetichismo da mercadoria cultural, todavia, não se baseia apenas nesse mecanismo, pertencente à economia psíquica de todo indivíduo. Envolve ainda a produção de um sucedâneo do prazer que as pessoas não encontram em seus empregos e outras atividades cotidianas. Os mecanismos de sujeição capitalistas não se baseiam na força nem na ideologia, mas na produção de prazer com o consumo de bens e serviços. Os indivíduos se submetem às práticas da indústria da cultura porque, mal ou bem, obtêm satisfação com elas e seus correlatos.[20]

Entretanto, por que se escreve que "a indústria cultural não sublima, mas reprime"? (*Dialética*, p. 131). A expressão é forte e só se esclarece entendendo o que está sendo recalcado. Segundo Adorno, podemos falar em repressão porque, embora costumem oferecer a plenitude da vida, as práticas da indústria cultural ao mesmo tempo ajudam às forças que agem no sentido de nos privar dela. O sistema restringe-a aos prazeres proporcionados pela economia de mercado e a indústria das comunicações.

> O princípio [que rege essas práticas] impõe que todas as necessidades [do indivíduo] lhe sejam apresentadas como podendo ser

---

mais desejável. A polêmica com a diversão que se trava neste contexto – note-se – baseia-se na própria aporia contida no conceito, como já fora percebido por Aristóteles (Cf. *Ética a Nicômaco*, Livro 10. Brasília: Editora da Universidade, 1994).

19 Conforme explica o pensador em juízo, o reconhecimento é uma das funções básicas da consciência humana e seria absurdo negar que ele existe em todas as áreas da vida, inclusive na arte erudita. Nesse caso porém seus elementos são, em princípio, dispostos de forma distinta; são arranjados para produzir a sensação do novo, algo que, devido a um jogo de tensões mais ou menos elaborado, brota do velho mas não pode a ele ser reduzido, permitindo ao sujeito superar o já conhecido. Na indústria cultural, essa relação entre o velho e o novo tende a ser destruída. Reconhecer torna-se um fim, ao invés de ser um meio, sobretudo devido à dependência dos mecanismos de promoção publicitária (*Sociologia*, p. 130-136, e "Analytical Study of NBC", p. 358-360).

20 Adorno opera com os dois registros – o social e o psíquico, sem que se possa indicar com certeza o dominante. Segundo nosso modo de ver, o primeiro tem em sua obra maior alcance epistemológico.

satisfeitas [...] mas, por outro lado, que essas necessidades sejam de antemão organizadas de tal sorte que se veja nelas unicamente como um eterno consumidor, como objeto da indústria cultural (*Dialética*, p. 133).

Os procedimentos dessa indústria substituíram a promessa de felicidade, feita um dia pela arte, por uma promessa de prazer real, que todavia as massas, em geral, não têm como obter de nossa sociedade. A satisfação obtida com as mercadorias é, pois, uma forma de prazer preliminar não sublimado que se transformou em masoquismo. A realização pessoal, sensualidade, conforto, beleza, poder, bem-estar e tudo o mais que é ofertado nunca chega à vida das pessoas. Constrói-se a imagem da família feliz mas, na melhor das hipóteses, se entrega apenas a manteiga com que foi associada; ao invés da mulher, tem-se a foto da modelo. Resumidamente, "em vez do que lhes é negado, as massas fruem reativamente e por rancor o que a renúncia lhes engendra e que ocupa o lugar do que lhes é recusado (*Estética*, p. 269).

O entretenimento como ideologia, todavia, não significa a construção do sujeito apenas como pseudo-atividade porque, se de um lado o sujeito o procura para distrair-se de si mesmo, de outro essa distração mais e mais exige a volta e a ação do sujeito. As mercadorias prometem satisfação mas, em última instância, sua principal linha de fuga é a do autocontrole da subjetividade. A prática da indústria cultural cerceia o prazer, porque as pessoas só conseguem ter acesso a ele com "o molho de chaves da razão capitalista" (*Dialética*, p. 133).

A MTV, sem dúvida, é um recurso de que muitos jovens podem se valer para afirmar sua posição social e elaborar sua identidade mas essa, além de pouco plausível para eles mesmos, resume-se à montagem de uma imagem que não motiva senão um tipo de ação: o consumo de produtos, eventos e situações que, vistas como em si mesmas prazerosas, reconduzem seus sujeitos diretamente para o centro do sistema que os enfraquece institucionalmente.[21]

O problema, convém notar, não é que o sistema proponha diversões, mas o fato de que ele confunde ou estraga o prazer

[21] ROGERS, F. & REAL, M. *Theoring Postmodern Stars*, p. 215-216.

imediato a que as pessoas afinal de contas não só precisam como têm todo o direito, ligando-o de maneira mediata a todo o tipo de negócio e ação mercantil. As experiências que o acionam tendem a ser ligadas ao consumo de mercadorias ou a alguma espécie de sucesso econômico. O reconhecimento do prazer do texto proporcionado pela indústria cultural é uma exigência intelectual que não deveria nos fazer esquecer que esse prazer, em geral, serve para manter certas relações de poder e as estruturas de controle social capitalistas.

A Revista Nova (*Cosmopolitan*), por exemplo, enseja uma prática de leitura em que o prazer do texto é inseparável da mobilização vicária das paixões consumistas. A exaltação da feminilidade por ela promovida exagera os poderes transformadores do artifício adquirido no mercado. O acompanhamento das matérias conjuga satisfação imediata com o texto e estabelecimento de uma agenda de consumo. A experimentação subjetiva com a identidade é inseparável do seu disciplinamento mercadológico, de modo que não surpreende o fato de "a artificialidade ser nela freqüentemente celebrada como uma forma de trucagem, que permite [à leitora] criar um eu mais bonito, sexy e desejável do que o permitido pelo existente".[22]

À primeira vista liberado de todo freio, o hedonismo atual, de fato, não pode ser desligado das rotinas racionais de vida e prejuízos interiores que advêm de nossa dependência à economia de mercado e ao sistema empresarial. O divertimento tende a ser viciado por forças externas, que bloqueiam seu emprego produtivo, quando não desviam para outros fins suas fontes mais estimulantes. As pessoas consomem não apenas porque esse é divertido, mas porque todo o mais que também poderia sê-lo é desprezado pelo sistema dominante.

As satisfações obtidas pelo consumidor implicam a repressão de quase todos os desejos que não se coadunam com o valor de troca e os regramentos mercantis. Os esquemas mediante os quais se obtém um certo prazer importam em um disciplinamento da subjetividade. Portanto, não é fortuita a circunstância

[22] OULLETE, L. "Inventing the Cosmo Girl". In: *Media, Culture & Society* v. 21: 359-383, 1999. Cf. Francisco Rüdiger: "Você s.a., ou Eu, cia. ltda". In: *Anais da 9ª Reunião Anual da Compós*. Porto Alegre: Compós, 2000.

de até mesmo os espetáculos mais cômicos serem produzidos com recursos e valores através dos quais, em paralelismo com a vida, se representam a violência de classe disfarçada de má sorte dos pobres, o profissional bem-sucedido, o shopping-center, as mansões do bairro burguês, a balconista loquaz e simpática e, finalmente, os eletrodomésticos, automóveis e roupas da moda, inclusive quando estes bens não são postos na conta da publicidade como *merchandising* (*Dialética*, p. 134).

Os sujeitos se divertem mas, ao mesmo tempo, "nenhum pode mais se perder de si mesmo" (*Dialética*, p. 136), porque essa diversão continuamente os reconduz de maneira semiconsciente ao sistema do qual pretendem se distrair ou desejam se esquecer, ainda que momentaneamente. A linguagem em que se baseia suscita sem parar a vontade de saber o objetivo comercial que ela persegue e pelo qual o público não tem menos interesse, até porque pode ser a oferta de outra diversão. As mercadorias culturais se caracterizam pelo fato de propiciarem satisfações que raramente conduzem o indivíduo para fora da ordem capitalista. A música popular revive nas pessoas a sensação de que têm um corpo mas, vendo mais perto, nota-se que os movimentos "reproduzidos pelo ritmo, repetido com rigidez mecânica, são idênticos àqueles dos processos de produção que espoliaram o indivíduo daquelas funções corporais" (*Música*, p. 64).

Na verdade, as mercadorias têm para as pessoas o valor mais ou menos combinado de esquemas de ação e, como se verá adiante, pólos de absorção. Os estímulos ao cultivo mercantil do eu interagem com outros, em que esse eu é instado a se dissolver em alguma forma supra-individual. O esquecimento de si mesmo, a regressão da consciência e a indiferença momentânea proporcionados pela distração e o prazer do texto são atravessados por mensagens que lhes sugerem formas para recuperar, via consumo simbólico, o que lhes é alienado socialmente.

O palavreado furado e a lenga-lenga que as pessoas toleram nos meios de comunicação se parecem por isso com um ingrediente ao mesmo tempo penoso, através do qual elas procuram saber como conduzir sua vida pessoal na sociedade capitalista, enquanto o circo romano e o bordel a céu aberto pelos quais elas, em virtude de tudo que lhes acontece, secretamente anseiam e

dos quais estamos cada vez mais próximos não lhes são providenciados pela indústria do divertimento.

Nos lazeres industriais, verifica-se, portanto, uma tendência à felicidade ceder lugar à categoria da excitação sensível. A reflexão exigida pela primeira mais e mais dissolve-se na sensação passível de comércio. O espanto com a vida moderna desejado pelos poetas malditos converte-se "em excitante de massa, no destrutivamente embriagador, no *shock* como bem de consumo" (*Minima moralia*, p. 136).

Os prazeres não podem ser separados dos negócios, cada vez mais uma esfera é mediada pela outra: o entretenimento exercita o indivíduo no preenchimento das condições sob as quais ele está mais ou menos obrigado a viver na sociedade contemporânea. Os conteúdos hedonistas não podem ser separados dos disciplinares. Em *Invasão de privacidade* (Philip Noyce, 1993), por exemplo, o apartamento e os aparelhos eletrônicos merecem tanto interesse quanto o enredo. *Os Flinstones*, só para citar mais um caso, criaram, através de todo o tipo de produto mercantil, um mundo que não se permite entender apenas como fantasia estapafúrdia, povoada por personagens humorísticos: o cômico é mantido em suspenso devido aos estímulos à inspeção dos padrões de vida, distrações e bens de consumo disponíveis pelos trogloditas da era tecnológica.[23]

Em síntese, o fenômeno sugere que o consumo de diversão e lazer industrial é "um ritual em que os sujeitos celebram sua sujeição" (*Indústria*, p. 77). Os esquemas de que se revestem os bens culturais incentivam os seus consumidores a decifrar suas figuras no plano de sua própria vida, na medida em que seu código de escrita é a publicidade. Os indivíduos tendem e são estimulados a ler o material posto diante de si como roteiros da conduta recomendável no contexto do modo de vida capitalista. A carreira artística dos astros é acompanhada como podendo servir de modelo para um estilo de vida, e a novela, como roteiro para mudança de comportamento.

Conseqüentemente, precisamos concluir que a mensagem secreta das mercadorias culturais com as quais as pessoas se diver-

[23] Cf. JANET WASCO, M. & PHILLIPS, ERIC PURDIE: "Hollywood meets Madison Avenue". In: *Media, Culture & Society* 15 (271-293) 1993.

tem é a mensagem do capital. "As pessoas podem ler por entre as linhas [que lhes dão o prazer do texto, mas falam] a língua do poder" e, semiconscientemente, "elas compreendem e se ajustam a essa linguagem [...] embora não como uma criança que tem uma confiança natural na autoridade, mas como um adulto que desiste da individualidade já adquirida".[24]

O capitalismo avançado se reproduz em boa parte porque as pessoas se divertem e, assim, se convertem nos sujeitos de que o sistema necessita para sua reprodução. A resistência que se mantém mesmo diante da pressão total da economia de mercado é uma resistência que tende a se inscrever dentro de seus limites. O entretenimento possivelmente representa pois uma das bases semiconscientes, embora pouco legítima para seus próprios agentes, do que poderíamos chamar de servidão voluntária moderna.

Na prática da indústria cultural articula-se mais uma fórmula geral de governo dos homens, a modalidade que – pelos motivos externados – chamaríamos de terapêutica, do que um sistema de dominação, por mais direta que seja sua conexão com os fundamentos em que se sustenta o capitalismo.

6.2 A regressão da consciência

Adorno procura explicar a maneira como a indústria cultural se insere na estrutura de poder vigente na sociedade contemporânea. A perspectiva não significa, porém, que visualize na mesma um simples instrumento de dominação. A instrumentalização das técnicas e meios dessa indústria com objetivo estratégico de dominação era, para ele, um processo eventual. A circunstância dependia de uma ação política por princípio estranha à indústria da cultura.

Para dar conta dessas situações, que estudou com algum interesse, o pensador valeu-se antes do velho conceito de propaganda.[25] Entretanto, convém notar que, para ele, tanto essa, em sua

---

[24] HORKHEIMER, M. *Eclipse da razão*, p. 110-111.

[25] Cf. ADORNO, T. "Critique of *Die totalitäre propaganda Deutschlands und Italiens* by Siegfried Kracauer" [1939] (Inédito); "Anti-semitism and fascist propaganda" [1946] (In: *The stars down to earth*. Londres, Routledge, 1994); "Democratic leader-

forma fascista, quanto aquela baseiam-se nos mesmos mecanismos. Ambas se relacionam, antes de mais nada, com a exploração do que chamou de impulso mimético, variando apenas a finalidade (política ou econômica).

Segundo seu modo de ver, tanto a propaganda totalitária quanto a indústria cultural só funcionam na medida em que manipulam esse impulso. Quer uma, quer outra constituem uma forma de canalização do inconformismo contra a sociedade que desde o princípio habita o indivíduo civilizado.[26]

A civilização se ergueu em cima da repressão de determinados instintos, significa um controle cada vez mais intenso dos impulsos primitivos. O progresso cultural como um todo consiste em boa parte na conversão desses impulsos em condutas racionais. As renúncias que disso resultam, todavia, não são fáceis de suportar e não se obtêm sem prejuízo. A tendência para retornar à situação primitiva, as explosões de violência, a morbidez coletiva e outros fenômenos regressivos dependem do maior ou menor êxito com que esse processo permite aos homens se autorealizarem e serem felizes pessoalmente.

O esquematismo promovido pela indústria cultural constitui uma forma de articular esses impulsos recalcados, construindo modelos de comportamento. O progresso não cumpriu suas promessas, sobretudo a de permitir uma vida justa para todos. As mercadorias culturais da indústria fornecem uma compensação, já que, através delas, os indivíduos se habilitam a administrar o que lhes subministra a psicodinâmica que advém de serem parte

---

ship and mass manipulation" [1950]; "Freudian theory and the pattern of fascist propaganda" [1951] (In: *The Culture industry*. Londres, Routledge, 1992). Leo Lowenthal e Norbert Gutermann: *Prophets of deceit*. Nova York, Harper, 1949. Conforme sabemos por declarações do primeiro autor, a introdução e diversas outras passagens dessa última obra basearam-se em esboços e sugestões de Adorno. Cf. Paul Apostolidis: *Stations of the Cross: Theodor Adorno and the right wing christian radio*. Durham (NC): Duke Univ. Press, 2000. Pode-se consultar tradução dos textos sobre psicologia de massas e propaganda totalitária no site <http://members.fortunecity.com/franrudiger/Adornointro.htm>.

[26] Cf. HORKHEIMER, M. *Eclipse da razão*, p. 129-138. Sérgio Paulo Rouanet: *Teoria crítica e psicanálise*, p. 117-156. Desnecessário sublinhar, parece-nos, a presença das idéias freudianas nesta avaliação. A propaganda fascista e a indústria cultural são formas de "psicanálise ao inverso", como gostavam de dizer os velhos frankfurtianos (a expressão foi cunhada por Leo Lowenthal).

das massas e que ao mesmo tempo, porém, favorece sua massificação (*Escritos*, p. 66).

Atribui-se a Adorno simplificações a respeito do poder da mídia que, na verdade, são as dos propagandistas das comunicações. Observa o pensador que, realmente, não existem métodos seguros para controlar ou conduzir as massas. O resultado de sua aplicação varia conforme a disposição delas para serem seduzidas:

> Ouve-se freqüentemente afirmar que os modernos recursos de comunicação de massa, como o cinema, o rádio e a televisão, oferecem a quem disponha deles a garantia de dominar as massas, graças à manipulação desses meios técnicos. Mas os veículos de comunicação, por si só, não constituem o perigo social. O seu conformismo não faz mais do que reproduzir ou ampliar as predisposições para uma submissão ideológica, a qual encontra seu objeto na ideologia apresentada pela comunicação de massa (*Temas*, p. 87).

Para Adorno, a explicação passa pelo que chama de manipulação ideológica das massas. No entanto, essa deve ser bem entendida. Manipulação não é um conceito crítico, mas ideológico. Em primeiro lugar, porque, na indústria da cultura, aquela não é instrumental. "A transferência de conexões funcionais e de responsabilidades objetivas para pessoas também faz parte da ideologia dominante" (*Indústria*, p. 103). Os profissionais do ramo constituem na melhor das hipóteses um bode expiatório, geralmente empregado pelos adeptos das teorias conspiratórias, até porque não se pode negar que há "pessoas com posições críticas, autônomas e às vezes até oposicionistas" na mídia tanto quanto na sociedade.[27]

Elizabeth Taylor e Michael Jackson, com todas as suas manias e esquisitices, mostraram maior espírito humanitário do que boa parte dos líderes "populares" africanos conhecidos em nosso passado recente, ao coordenarem campanhas em favor das massas famélicas e dos doentes de Aids nos anos 1980 ("We are the world"). Bono Vox e outros astros da música pop têm puxado campanhas portadoras de consciência moral muito maior do que

[27] ADORNO, T. *Educação e emancipação*, p. 82. Confira, porém, as ressalvas que se impõem à hipótese em *Notes to Literature II*, p. 299-304.

a revelada pela maior parte dos líderes políticos norte-americanos do século XX. No Brasil, Renato Aragão, encenador de comédias populares baratas e primárias no cinema e televisão, ajudou a mobilizar recursos em favor da infância desvalida em volume maior do que o fizeram muitos ministérios e governos republicanos.

O ponto não é pois esse: na crítica à indústria cultural, as pesquisas são orientadas no sentido de descobrir "os mecanismos objetivos da popularização do popular antes que as manipulações e intrigas dos charlatões" (*Indicadores*, p. 124). Atualmente, a manipulação deve ser vista como uma faceta do espírito objetivo, dos processos em ação na estrutura da sociedade. O procedimento não se confunde com os expedientes maquiavélicos de que lançam mão pequenos grupos que, no entanto, têm sua parcela de responsabilidade:

> [o expediente] impõe-se via regras de experiência, avaliações de situações, critérios técnicos, cálculos economicamente inevitáveis, em todo o peso específico do aparato industrial (*Minima moralia*, p. 180).[28]

Em segundo lugar, precisamos notar que, relativamente a esse processo, verificável na conduta dos produtores quanto na dos consumidores, as técnicas pouco têm a ver: o fenômeno se baseia numa predisposição construída ao longo da civilização. "As necessidades culturais são um tanto inarticuladas; mesmo as práticas da indústria cultural não produziram aí tantas modificações como querem fazer crer e como facilmente se assume" (*Estética*, p. 272).

As tecnologias de difusão da cultura seguem a linha da menor resistência: desenvolvem-se com base nos mecanismos de oferta e procura e se aproveitam de disposições psicológicas, "cuja existência entre os homens devemos admitir como dada [historicamente]" (*Intervenções*, p. 134-135).

O capitalismo moderno não engendrou a indústria cultural e depois os seus diversos públicos: produziu ambos ao mesmo

---

[28] "A escuta da música ligeira não é manipulada tanto pelos interessados em sua produção e difusão tanto quanto por ela mesma, pela sua natureza imanente, que estabelece um sistema de reflexos condicionados em suas vítimas" (*Introduzione a la sociologia della musica*, p. 36)

tempo, conforme um processo de dependência reciproca, cujas bases, porém, remontam às origens da vida em sociedade. As práticas em que se baseia semeiam em terreno já cultivado. Os consumidores com as quais lida estavam famintos de magazines, cinema e televisão muito tempo antes deles surgirem, ainda que não o soubessem.

> A complexidade de conjunto, que fomenta a crença segundo a qual os senhores do próprio espírito são também os senhores da época, repousa unicamente na circunstância de que inclusive aquelas manipulações que reiteram a adoção de uma conduta adequada à realidade entre o público também se referem a momentos da vida consciente ou inconsciente dos consumidores e que, sob a capa de justificação, eliminam o sentimento de culpa [de não poderem ser vividos na realidade]; na circunstância de que, em relação à censura e adestramento a um comportamento conformista, sugeridos pelos gestos mais contingentes do espetáculo televisivo, o processo todo conta não apenas com os homens configurados segundo um esquema de cultura de massa que remonta, com todo seu prestígio, aos inícios da novela inglesa do final do século XVII, mas sobretudo com as formas de reagir postas em funcionamento durante toda a idade moderna e que se internalizaram como uma segunda natureza muito antes de seu emprego em manobras ideológicas (*Intervenções*, p. 71).[29]

Os monopólios da cultura retiram muita força de seu poderio econômico e do controle da oferta, mas não se manteriam se as mercadorias não contivessem em si mesmas um conteúdo social e humano, não encontrassem a devida acolhida na subjetividade. As práticas da indústria cultural "precisam relacionar a técnica com os sujeitos, momento que logo remete à estrutura social e aos conflitos típicos entre o eu e a sociedade".[30]

Segundo Adorno, em última instância, esse momento é a integração do associal, a corroboração das tendências primitivas

[29] Para Adorno, atualmente já não é mais possível estabelecer uma relação de causa e efeito neste campo, não é mais possível saber "em que medida os mass media moldam o estado de consciência e, de modo inconfessado, também o estado de inconsciência de seus consumidores, mas também em que medida esses já não estão moldados aos mass media e os almejam fixados no sempre igual" (*Pode o público querer?* In: C-hristian Kieling (org.): *Theodor Adorno – elementos para a crítica da idéia de opinião pública*. Porto Alegre: Ufrgs, 2002 [monografia de graduação], p. 50).

[30] ADORNO, T. "Moda sem tempo", p. 194.

reprimidas pela marcha do progresso. O fundamento em que se baseia a indústria cultural é um mecanismo arcaico, que é explorado e dirigido pela tecnologia mais moderna, "consistindo nos instintos reprimidos das massas, ou mais, simplesmente, não satisfeitos, aos quais se orientam direta ou indiretamente as mercadorias culturais" (*Intervenções*, p. 70).

Vendo bem, o hedonismo ordinário, o gosto bárbaro e as vibrações coletivas, cuja escalada hoje constatamos, não são fruto do primado que teriam readquirido os ideais comunitários, como quer Michel Maffesoli.[31] Os fenômenos tão bem descritos pelo pensador se explicam, por hipótese, de outra maneira. O retorno do sensualismo primitivo ao proscênio social é, na verdade, uma espécie de regresso ao reino das imagens arcaicas promovido pelo poder econômico mais avançado.

O primitivismo de tantas manifestações da cultura de mercado é tão moderno quanto os selvagens que as consomem; o elemento individualista moderno que nelas às vezes se encontra é tão ilusório quanto o elemento coletivista arcaico: representam umas e outros "uma tentativa de romper com o mundo do fetichismo da mercadoria, sem de fato mudá-lo, e que, por causa disso, vê-se cada vez mais enredado neste mundo".[32]

As tecnologias do imaginário não são movidas por nenhum desejo de comunhão, mas pela vontade de poder do capital, dos seus sujeitos, que não deixam de explorar as válvulas de escape e linhas de fuga do sistema que os criou e eles reproduzem. As mercadorias culturais praticam desde fora para dentro o que de fato provém de uma tendência regressiva interior à consciência, mas essa, convém notar, é, em última instância, produzida pelas contradições do movimento civilizatório.

A indústria cultural modela-se pela regressão mimética, pela manipulação de impulsos de imitação recalcados e, para isso, ela se ser-

[31] Cf. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984. *A Sombra de Dionísio*. Rio de Janeiro: Graal, 1985. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro: Forense, 1987. *A contemplação do mundo*. Porto Alegre: Artes & Ofícios, 1995. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1997. Ver Francisco Rüdiger: *Civilização e Barbárie na crítica da cultura contemporânea: Leitura de Michel Maffesoli*. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

[32] ADORNO, T. "On jazz", p. 53. Escreve Adorno a Benjamin: "O arcaico é uma função do novo: enquanto tal, é só algo historicamente produzido e, por isso, algo dialético e não pré-histórico" (*Correspondência*, 05/04/1934,. op. cit., p. 54).

ve do método de antecipar a imitação dela mesma pelo espectador e de fazer aparecer como já subsistente o assentimento que ela pretende suscitar. Ela consegue fazê-lo tanto melhor quanto mais, em um sistema estabilizado, ela pode contar de fato com tal assentimento, precisando muito mais repeti-lo de maneira ritual do que, a rigor, produzi-lo. O que ela produz não é um estímulo, mas um modelo para maneiras de reagir a estímulos (*Minima moralia*, p. 176).

Escreve Adorno que, "atualmente, as necessidades são completamente externas a seus portadores e, satisfazê-las, vem a ser seguir as regras dos anúncios" (*Escritos*, p. 49). A fidelidade ao método crítico exige que se abra mão dos termos absolutos da sentença porque, como diz o próprio autor, inclusive na indústria cultural "continua a se fazer valer constantemente a consideração dos interesses reais das massas, das estruturas reais dos interesses e de sua existência real, mesmo que de maneira solapada".[33]

Fredric Jameson captou bem o ponto observando, em seguimento a essa linha de raciocínio, que as expressões da cultura de mercado só são disciplinadoras ou, como ele diz, ideológicas, na medida em que contêm elementos utópicos implícitos ou explícitos, com as quais satisfazem mas, ao mesmo tempo, manejam as necessidades dos consumidores. A prática da indústria cultural articula, gerencia e desativa os problemas sociais e impulsos individuais dos seres humanos sob as condições atuais de um modo que, por mais que esteja distorcido e previamente finalizado, permite que se expressem nossos medos, mas também nossos anseios com relação à vida em sociedade.[34]

O processo social não influi sobre as pessoas apenas desde fora e cada vez os controla menos exteriormente, embora efeitos como esses não tenham desaparecido por completo. Quem agencia as tendências ordenadoras mas, também, as desintegradoras do sistema dominante são sempre os seres humanos em condições determinadas. O desenvolvimento de uma ação autônoma e de um modo de vida independente é mais uma imagem do que algo real para a grande maioria dos integrantes da sociedade.

---

[33] ADORNO, T. & CANETTI, E. "Diálogo sobre as massas, o medo e a morte". In: *Novos estudos Cebrap* 21 (116-132) 1988, p. 121.

[34] JAMESON, F. "Reificação e utopia na cultura de massa". In: *As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1995, p. 9-35.

"Aquele que se nega a aceitar esse fato e se conduz como se isso não tivesse ocorrido não andará, será arrastado [pelo sistema]" (*Dissonâncias*, p. 189).

Conforme progride a dissolução das relações imediatas, associadas com a família, a oficina e o pequeno negócio, verifica-se que mais e mais os átomos sociais, que formam as novas coletividades, anseiam por segurança econômica, proteção social, conforto psíquico e livre expressão da subjetividade.[35] Os consumidores se ajustam externamente, mas sentem-se inseguros em nível mais profundo. As diversões encobrem todo o tipo de ansiedades. O entusiasmo com as últimas novidades postas no mercado e a euforia com as diversões repousam em uma consciência facilmente abalável e sujeita à infelicidade. "A consciência feliz" revelada em público esconde um eu frágil, "é uma delgada superfície sobre o temor, a decepção e o desgosto".[36]

As mercadorias culturais da indústria podem ser vistas, nesse sentido, como um apelo consolador do capital à multidão solitária, na medida em que permitem à sociedade administrar a experiência coletiva e a satisfação das necessidades que dela decorrem. A exploração dos espectadores pela televisão e da televisão pelos espectadores para satisfazer as suas necessidades é uma espécie de cooperação em grau primitivo, mesmo que os interesses dos últimos não sejam totalmente claros para eles, mesmo que eles também sejam em parte fraudados pelos meios de comunicação.

O consumismo e o lazer promovem um estado de (falsa) euforia que, todavia, contém um momento de verdade, na medida em que se "não há felicidade que não esteja comprometida com a satisfação de um desejo socialmente constituído, também não há nenhuma que não prometa alguma coisa qualitativamente diferente desta espécie de satisfação" (*Prismas*, p. 87). A racionalização das condições de existência acarreta um disciplinamento mercantil da subjetividade que, via indústria cultural, estende-se à esfera íntima e, talvez, não fosse suportável pela maior parte das pessoas se essa indústria não contivesse uns momentos emancipatórios.

---

35 ADORNO, T. "Democratic leadership and mass manipulation", p. 283.

36 MARCUSE, H. *A ideologia da sociedade industrial*, p. 86.

Noutros termos, a proposição significa que o caráter socialmente reificado dos anseios e demandas só funciona porque capta algo reprimido pela sociedade. As vanguardas paradoxalmente colaboraram para fornecer ao público uma formatação da vivência do *shock* que, junto com os motivos da arte bárbara, levou a sua integração às práticas da indústria cultural. O fetichismo da mercadoria cultural não é somente uma projeção das relações sociais capitalistas, "representa ainda alguma coisa não totalmente absorvida em seu interior" (idem, p. 85).

Consta que "Adorno não pôde dialetizar o *Unten* (baixa cultura) porque teria que descobrir, mesmo no kitsch, mesmo na radionovela, mesmo no cinema comercial, ao lado do elemento repressivo, alguns grânulos de esperança utópica".[37] O julgamento precisa ser revisto. Como Ernst Bloch e ele próprio em relação à arte leve, o filósofo percebeu, embora muito modestamente, que nos lazeres industriais está contido mercantilmente um momento estético de transcendência das relações de produção e troca capitalistas, sem com isso ceder à bazófia populista de que a cultura de massa é um instrumento de emancipação.

> Seria romântico assumir que a arte anterior era totalmente pura, que o artista criador pensava apenas em termos da consistência interna do artefato, e não também no efeito da mesma sobre os espectadores. A arte teatral, em especial, não pode ser separada das reações da audiência. Do mesmo modo, vestígios da reivindicação estética de ser algo de autônomo, um mundo em si mesmo, subsistem até mesmo no mais trivial produto da cultura de massas (*Indústria*, p. 137).

Os processos de sujeição que a indústria cultural enseja não implicam a completa eliminação da espontaneidade mas, sim, que ela é levada para estratos cada vez mais profundos da estrutura psicológica do indivíduo (*Sociologia*, p. 43). A saturação e a apatia que o sistema econômico e a própria indústria cultural não podem deixar de produzir entre os consumidores (*Dialética*, p. 151) só conseguem ser quebradas com o emprego de forças cada vez mais primárias que, todavia, fazem surgir necessidades e co-

[37] ROUANET, S. P. *Édipo e o anjo*, p. 81. Ilustrando a proposição do autor, poderíamos dizer que faltaria à crítica à indústria cultural a abordagem da arte séria presente, por exemplo, em "Museu Valéry Proust" (*Prismas*, p. 173-185).

locam novas demandas à indústria do entretenimento. O consumo de bens culturais é algo que protesta contra a repressão da espontaneidade, exigida pelo progresso, ainda que só seja capaz de fazê-lo participando do processo histórico global de racionalização.

O resultado é a tendência à regressão da consciência, que acompanha a conduta social na era da indústria da cultura. A crescente integração social se faz acompanhar da regressão individual. O esforço que vez por outra se encontra no sentido contrário é via de regra um esforço paralisado. A fragmentação da experiência está se tornando objeto de mercantilização.

> A economia libidinal [assim criada] revela-se sobretudo nos bares da moda, *locus* da sociabilidade pós-moderna, nos quais os indivíduos descentrados movem-se sem parar de encontro em encontro, enquanto o ruído gerado pela música assegura a obsolescência da linguagem e a superfluidade da comunicação.[38]

O realismo cínico, a conduta manipulatória e a crescente desilusão para com os outros são sinais de uma vida interior esvaziada de conteúdo vivo, que tem contrapartida na tendência a expressarmos nosso modo de ser de forma impulsiva, imediata e indiferenciada, sempre que se colocam condições favoráveis e boas oportunidades.

Segundo Adorno, podemos identificar dois tipos de consumidor de música popular: o emotivo e o obediente, que, para ele, correspondem ou são análogos aos princípios de construção expressivo-dinâmico e rítmico-espacial da música de vanguarda do século XX. A prática da indústria cultural atua em duas frentes, à luz desse esquema. Por um lado, a do progresso civilizador, manifesto negativamente nos processos de sujeição; de outro, a da regressão irracionalista, manifesto em igual sentido nos processos de desintegração da subjetividade.

Conforme nos revela a convergência entre coisificação e o subjetivismo, trata-se de processos que não constituem opostos absolutos, mas contrários condicionados reciprocamente pelo movimento histórico. O primeiro está na raiz, sim, da formação da individualidade emancipada mas, sobretudo, da conduta ma-

---

[38] BERMAN, R. *Modern culture and critical theory*, p. 46.

nipuladora e calculista para com si mesmo e para com os outros. O segundo, em oposição, embora se comunique com a espontaneidade, remete às experiências pelas quais o sujeito se entrega a situações que lhe acenam com a possibilidade mais ou menos momentânea de se reduzir a uma espécie de coisa viva, de encontrar um estado de desindividualização.

A exemplo do surrealismo, embora noutro plano, pois em essência carece de proposta crítica e construtiva, a experiência que se faz por meio das mercadorias que veiculam o segundo processo oscila entre a reificação e a esquizofrenia. "A subjetividade, então, não se entende mais como a alma do cosmo e – como no simbolismo – se entrega ao maravilhoso, que se realizaria como se as meras matérias, destituídas de sentido, reanimassem a subjetividade em processo de dissolução" (*Prismas*, p. 218-219).

A progressiva reificação das relações sociais fez com que os antagonismos sociais passassem a desaguar diretamente sobre o indivíduo, tornando cada vez mais difícil o trabalho de sujeição, a ponto de, no limite, a autoconservação passar a satisfazer o indivíduo unicamente pelo eventual logro de sua formação, "através de uma regressão que ele mesmo solicita à indústria cultural" (*Escritos*, p. 62).

As práticas da indústria cultural agenciam cada vez mais situações em que a cultura burguesa e suas instituições, como a família e a escola, em vez de serem reforçadas, são expostas a uma série de ataques sem precedentes. As mercadorias ensejam situações em que, à primeira vista, a figura do sujeito, em vez de reforçada, é submetida a todo tipo de desconstrução. O problema não é só que esse seja assim retratado, pois não é diferente o processo que se pode flagrar em boa parte da arte dita séria de nosso tempo. A faceta a notar é o caráter fragmentário e desordenado, senão caótico e apocalíptico, mas só até certo ponto, das suas formas e seu acento claramente celebratório, que o associam mais à orgia primitiva do que à reflexão pós-moderna.

> [Em *O Massacre da serra-elétrica* e *Sexta-Feira 13*, por exemplo,] as pessoas são praticamente intercambiáveis, já que nada aprendemos sobre elas como indivíduos e virtualmente não há constru-

ção de qualquer clímax – apenas variações sobre a temática do assassinato, que criam um padrão mais ou menos reversível.[39]

Adorno escreve, nesse sentido, que, "provavelmente, as comunicações de massa envolvem em todos os seus níveis todos os mecanismos de consciência e inconsciência evidenciados pela psicanálise" (*Indústria*, p. 142). As mensagens são estruturadas em múltiplas camadas de sentido. Embora "a mensagem de ajustamento e obediência cega pareça ser a dominante e mais pervasiva" (idem, p. 140), constata-se que "a um número de gratificações reprimidas, que exercem um papel importante no plano latente da mensagem, é permitido de algum modo manifestar-se na superfície como motivo de zombaria, observações empalidecidas, situações sugestivas e ardis semelhantes" (idem, p. 142).

A contrapartida do cálculo mais ou menos racional através do qual os indivíduos se deixam enganar pelas promessas da indústria, exercitando-se como sujeitos enquanto se divertem e informam, são os momentos de regressão da consciência que se obtêm através desse mesmo entretenimento. A espontaneidade é virtualmente disciplinada mas, em troca, é preciso satisfazer os impulsos reprimidos pela civilização. A leitura das mensagens do capital é entremeada por momentos de escape e diversão em que se pode regredir, livrar-se com prazer do próprio eu e, assim, do processo de assujeitamento.

> A sociedade jamais hesita em colocar no mercado os segredos em cuja irracionalidade a sua própria está entrincheirada, visto que o proibido deleitosamente conservado escondido pode fornecer ao capital novas possibilidades de investimento nos meios de comunicação (*Literatura* II, p. 43).

As mercadorias culturais dominantes são presas da chamada sedução da barbárie, na medida em que desenham esquemas de reações sensíveis à disciplina que o sistema social exige do homem. Os espetáculos que reúnem multidões, as casas noturnas, os filmes e a música de consumo, mas também os entorpecentes e as explosões de violência permitem aos sujeitos, privados de ilusões, contemplarem, senão vivenciarem o passado primitivo e livrarem-se, ainda que só por uns instantes, das angústias criadas

[39] MODLESKI, T. "The terror of pleasure". In: *Studies in entertainment*, op. cit., p. 161.

por sua condição de civilizados. A manipulação dos elementos arcaicos não visa, então, à estimulação de uma rememoração crítica, pedagógica ou emancipatória, mas o seu oposto: a satisfação mais ou menos vicária dos impulsos regressivos e destrutivos de seus sujeitos, o abandono prazeroso e ressentido dos restos de consciência individual e sentimento de humanidade ainda possuídos.

As fantasias transgressivas, cabe notar, não são em si mesmas de ordem regressiva, porque também fornecem imagens de realidade diferenciadas. O indivíduo, lembremos, é tanto produto do processo social, quanto centro de poder que a essa resiste. A possibilidade de reelaboração progressista das heranças míticas e atavismos individuais tende, porém, a ser posta de lado na esfera cultural da indústria. A linha de força, nela, é a da promoção de suas violências e fascínio em chave de apropriação mitológica.

Conforme anunciado em grande estilo pelas obras de arte totais wagnerianas, é isso que é mais tarde empregado pelos movimentos totalitários e, hoje, explorado com maior ou menor voracidade e estupidez pelos espetáculos vendidos a baixo preço pelas agências culturais e empresas de comunicação, das quais dariam exemplo hoje a maior parte dos videojogos.

> Detrás do esforço abnegado posto nos jogos de computador jaz um outro sonho, que toma bombardeios indiscriminados por espetáculo, e matanças por heroísmo: encontra-se o sonho do apocalipse, da instrumentalização, do esquecimento e da estupidez mecanizada.[40]

No princípio de sua reflexão sobre a matéria, pareceu ao filósofo que a prática da indústria cultural possuía sobretudo um sentido ideológico. Os espetáculos representativos seriam regidos por um esquema genérico, que atuaria como meio de moralização mercantil das massas desmoralizadas. As investigações sobre a propaganda fascista e os programas de televisão não o levaram a negar esse aspecto mas, antes, a precisar seu lugar na constelação histórica e cultural formada através dessa atividade.

Adorno percebeu que o entretenimento superficial por ela produzido se encontra mesclado a um discurso oficial, composto

[40] STALLABRASS, J. *Gargantua, manufactured mass culture*, p. 109.

por mensagens ideológicas desgastadas, e vice-versa; mas não são esses elementos que realmente capturam o público e sim os conteúdos mercantis que se mesclam às esperanças, fantasias, desejos e necessidades dos indivíduos, conforme elas se desenvolvem no contexto de vida em sociedade. O conteúdo manifesto encobre um material latente que, esse sim, interessa e atrai as pessoas para os produtos:

> Enquanto a intenção continuamente se volta contra o playboy, a *dolce vita* e as *wild parties*, a oportunidade de dar uma olhadela nisso parece agradar mais do que o apressado veredicto condenatório (*Sociologia*, p. 103).

Os produtos e serviços culturais que o público consome contêm uma mistura de preceitos ideológicos realistas com fantasias conscientes e inconscientes, de satisfação de desejos com ameaças de punição, de estímulos produtivos e dissuasivos, de expressões conformistas e projeções utópicas cujo sentido, todavia, é regressivo, devido à dependência ao valor de troca, à necessidade de o conjunto atender às expectativas, mesmo as inconscientes, dos consumidores. Os progressos tecnológicos em que se baseiam não importam na eliminação ou mesmo redução das tendências regressivas em que se manifesta a raiva contra os controles impostos pela civilização mas, antes, na sua reativação controlada e até certo ponto funcional.

Destarte, a repetição da mensagem de que o crime não compensa permite às pessoas verem banhos de sangue e estupros de inocentes, enquanto os ritmos da moda fornecem um pretexto para as pessoas simularem atos sexuais sem censura pública. Noutras vezes, a violação da lei e a própria morte são associadas à sensação de liberdade, e pretensas denúncias sobre as mazelas da sociedade servem para revelar os encantos da sordidez e da perversão. O fascínio e interesse até certo ponto crítico com que se assiste à destruição de bens de consumo, especialmente automóveis e objetos de luxo, permanecem escondidos, através da encenação artística, o pretexto de distração e o formato regulamentado.

A constatação revela que a subjetividade das massas constitui, ao mesmo tempo, a matéria-prima e a arena onde emerge uma esfera pública articulada pela forma mercadoria. As merca-

dorias "produzidas pela indústria da consciência são criadas com os conteúdos e desejos da consciência de indivíduos concretos que vêem a si mesmos como consumidores: são essas pessoas que produzem os monopólios da mídia, ainda que sem sabê-lo".[41]

O conformismo dominante no discurso oficial e a leitura distraída das mensagens do capital se sustentam na veiculação de conteúdos culturais transgressivos, cada vez mais explícitos, cujo horizonte é uma ou outra forma de sensacionalismo. Os esquemas permitem uma liberação controlada dos impulsos recalcados pela sociedade. As mercadorias culturais são produtos da indústria mas, também, formações reativas através das quais se canalizam socialmente os resíduos dos impulsos corporais e temores primordiais herdados da pré-história da subjetividade (*Dialética*, p. 168-174).

O esclarecimento do ponto, por outro lado, nos permite entender o significado ambivalente das práticas da indústria cultural. A contradição em que se encontram os seus sujeitos "se expressa de maneira extrema no fato de que os indivíduos, ainda não de todo coisificados, desejam subtrair-se vez por outra ao mecanismo de coisificação à mercê do qual se encontram, mas também e ao mesmo tempo que em cada uma de suas rebeldias contra o fetichismo não façam senão enredar-se de maneira mais profunda e inextricável neste fetichismo" (*Dissonâncias*, p. 56).

As celebridades e heróis da mídia, por exemplo, "capacitam as pessoas a vestirem-se, agirem e serem o que quiserem mas, ao mesmo tempo, sujeitam-nas à necessidade de desenvolverem uma imagem, fazerem poses, construírem uma identidade com estilo, forçando-as a se preocupar com a aparência e a maneira como se vestem tanto quanto com a maneira como os outros reagem à sua imagem".[42] As pesquisas de recepção mais sensatas concluíram que a leitura de romances de consumo, por exemplo, "fornece à leitora uma estratégia para tornar sua situação atual mais confortável, sem que se faça mudanças substanciais em sua

---

[41] NEGT, O. & KLUGE, A. *Public sphere and experience*, p. 133.

[42] KELLNER, D. *Media culture*. Nova York: Routledge, 1995, p. 285. Cf. Lauren Langman: "Shopping for subjectivity". In: Shields, R. *Lifestyle shopping*. Londres: Routledge, 1992.

estrutura, mais do que um programa abrangente para reorganizar sua vida de modo a buscar a satisfação de um maior número de necessidades".[43]

Os sujeitos da indústria não se encontram submetidos a nenhuma manipulação externa, porque os motivos que os prendem às mercadorias, em última instância, de fato lhes pertencem. A consciência com a qual essa indústria trabalha deseja, sem o confessar, liberar o impulso mimético recalcado. As mercadorias da indústria carregam as esperanças, necessidades e desejos dos indivíduos, que secretamente têm vontade de se liberar dos controles racionais, por não terem sido bem-sucedidos em se enquadrar razoavelmente no doloroso processo civilizatório (*Dialética*, p. 161).

Para nós, a circunstância mostra que a espontaneidade ainda está viva, escapa à sua completa reificação e, enfim, que "no que o público espera da [mídia] há também uma parcela de verdade" (*Cinema*, p. 170). O sujeito sistêmico a que se reduz o homem em nosso tempo não o toma por inteiro. Contrariamente ao suposto pelos críticos culturais reacionários, "na cinzenta monotonia da consciência nivelada e reificada das massas há muitos impulsos que servem de refúgio para uma melhor situação".[44]

A literatura de mercado, o cinema comercial e a música popular, para não citar casos mais evidentes, possuem vários exemplos de obras em que transparece e se vivencia de maneira ime-

---

[43] RADWAY, J. *Reading the romance*. Chappell Hill (NC): North Carolina Univ. Press, 1987, p. 144.

[44] ADORNO, T. *Il fido maestro sostituto*, p. 259. Os chamados estudos culturais críticos vêm se dedicando a revelar esse componente utópico presente na indústria cultural, sem levar em conta a moldura mais ampla deste conceito, quando não a própria idéia de teoria crítica da sociedade. Cf. Tania Modleski: *Loving with a vengeance*. Hamdem (CO): Methuen, 1982; Judith Williamson: *Consuming passions*. Londres: Marion Boyars, 1986. Niko Vink: *The novel as narrative of oppresion and change*. Amsterdam: Koninklijk Instituut voor de Tropen, 1988; Angela McRobbie: *Feminism and youth culture*. Londres: Macmillan, 1991; Ian Ang: *Living room wars*. Londres: Routledge, 1996; Douglas Kellner: *Media spectacles*. Londres: Routledge, 2002. Deixamos de referir "os trabalhos sobre o consumo dos supostos elementos *utópicos* da cultura de massa que – sem querer – mostram como eles [na realidade] servem para manter os indivíduos satisfeitos com o capitalismo" (Deborah Cook: *The culture industry revisited*, p. 134). Cf. Jim McGuigan: *Cultural populism*. Londres: Routledge, 1992. John Frow: *Cultural studies and cultural value*. Oxford: Clarendon Press, 1995. Marjorie Ferguson e Peter Golding (editores): *Cultural studies in question*. Londres: Sage, 1997.

diata uma série de esperanças e fantasias sobre como poderia ou deveria ser a vida coletiva fora dos ordenamentos burocráticos e mercantis. A realidade pode não ser questionada mas, durante certos momentos, as pessoas deixam de pensar e agir como sujeitos, transcendendo as duras exigências que elas a si mesmas têm de se colocar para serem bem-sucedidas individualmente.

A referência, todavia, explica também porque a esquematização da subjetividade promovida através da indústria cultural se tornou um meio sistêmico de controle social jamais sonhado (*Indústria*, p. 138-39), já que a reabilitação do corpo, do afeto, da ação, do sexo, das cores e sentimentos primitivos verificada, mesmo nesses casos, não pode ser dissociada, como é regra no resto, do interesse racional em tirar proveito econômico, senão em conduzir as massas de acordo com a vontade de poder de lideranças populistas e demagógicas.

> A pretendida descoberta de elementos utópicos que ocorreria por meio dessa estetização manipuladora da atividade social representa pouco mais do que a capitulação diante do poderio da mercantilização.[45]

Embora devamos conservar em vista seus eventuais conteúdos emancipatórios, o processo dialético que move a prática da indústria cultural é, no final das contas, o processo que articula fantasia e controle em favor desse último, ao tentar – sempre sem sucesso – reconciliar as aspirações por uma boa vida com os objetivos estratégicos do capitalismo planetário. O elemento utópico por ela mobilizado é o que tende a se tornar lubrificante do sistema, porque as pessoas que o fornecem já estão de há muito presas ao ordenamento dominante. Queiramos ou não, vivemos em um mundo onde só parece fazer sentido a idéia de que, "se há soluções a serem encontradas [para qualquer problema], elas deverão ser compradas".[46]

As experiências morais e estéticas que têm lugar através da mídia não podem ser vistas de maneira abstrata. Os comportamentos e fatores irracionais promovidos pela indústria cultural, precisamos notar, só em parte são naturais ou espontâneos.

---

[45] BERMAN, R. *Modern culture and critical theory*, p. 48.
[46] EWEN, S. *Channels of desire*, p. 42.

Quem os traz à tona são técnicas exploradas pelos monopólios com objetivos econômicos. Na atualidade, a possibilidade de racionalizar tecnicamente os estímulos estéticos está, em essência, a serviço da regressão da consciência, e a capacidade de transcender a realidade que a espontaneidade potencialmente possui é prisioneira da forma mercadoria.

> A racionalização da cultura, que abre as janelas à natureza, absorve-a [...] por esse meio, eliminando junto com a diferença o princípio da cultura: a possibilidade de uma conciliação (*Minima moralia*, p. 72).

As práticas da indústria cultural expressam e exploram o impulso da natureza humana no sentido de se subtrair dos controles externos e internos que nos impõe a vida civilizada, tornando socialmente aceitável e até certo ponto legítima sua satisfação. Contraditoriamente, porém, nem mais isso poderia invocar para sua salvação pois, em geral, procedem de acordo com parâmetros que, vistos mais de perto, são todo o oposto daquilo que há pouco ainda chamávamos de libertação.

A violência cega, brutal e sem sentido, os protagonistas de filmes pornográficos, os magnatas carismáticos e populistas, as superstições bestiais, a nulidade espiritual das carreiras públicas mais almejadas e as performances socialmente irracionais nos terrenos mais variados da existência, por exemplo, "não são imagens de outro estilo de vida, mas aberrações ou tipos da mesma vida [vigente], servindo mais como afirmação do que como negação da ordem estabelecida".[47]

Em casos como esses, a sociedade revela, ainda que pró-forma, a sensibilidade perversa de suas criaturas, deixando ver que, já há um tempo, as posturas antagônicas não provêm mais apenas dos que discordam do sistema de vida dominante, mas de seus próprios sujeitos sociais, mobilizados por imagens claramente regressivas e destrutivas, que servem de criptogramas de uma esquizofrenia administrada racionalmente.

Douglas Kellner comenta que as histórias de Beavis e Butt-Head, para citar um exemplo, não obstante os eventuais conteúdos utópicos (na verdade, diríamos, anárquicos), celebram cini-

[47] MARCUSE, H. *A ideologia da sociedade industrial*, p. 71.

camente "a visão de uma sociedade de famílias arruinadas, comunidades desintegradas e indivíduos anômicos, carentes de metas e valores". A exploração das cenas de violência, sexo, estupidez e baixeza testemunha a espécie de sentimento de que se nutrem certas parcelas da coletividade, excluídas de um modo ou de outro dos processos educacionais que, em tese, poderiam fazê-las buscar outras experiências.

> [Os desenhos] cristalizam as experiências e sentimentos de alienação e desespero produzidos por uma sociedade desintegrada, colocando-as em linha de identificação com roqueiros e delinqüentes, o heavy metal e a violência niilista.[48]

O resultado do processo, noutros termos, não é o aparecimento de um novo sujeito histórico, mas a regressão da consciência durante os momentos de diversão, a produção do prazer de não ser um eu obtida através de meios técnicos e mercantis, conforme se pode ver, ainda por exemplo, nos shows de música pop, quando muitos sujeitos se entregam a "um êxtase estilizado segundo os embalos da batida dos tambores de guerra, bastante próximo daquele que costumam exercitar os selvagens" (*Dissonâncias*, p. 57).

A regressão da consciência que se pode constatar nesse e em outros casos é, em tese, algo que contagia todo o comportamento individual. No entanto, convém vê-la com prudência: não se pode mensurar empiricamente a capacidade de reforço e potencial de estímulo de que esse fenômeno é portador em relação às condutas regressivas e irracionais que mais e mais vêm tendo lugar na vida cotidiana de nossas sociedades, conforme essas se deixam documentar, por exemplo, no conhecido *Livro Guiness dos Recordes*.

Theodor Adorno, sem dúvida, é passível de crítica por jamais ter explorado a hipótese de que a indústria cultural eventualmente pode ensejar o surgimento de esquemas emancipatórios, capazes de engajar a consciência de uma maneira não regressiva. A possibilidade de diferenciar entre espontaneidade produtiva e integrada, porém, não só existe, como vimos, mas,

[48] KELLNER, D. *Media culture*, p. 151.

pasme-se, foi posta em prática pelo próprio autor, conforme nos revela um ótimo ensaio de Thomas Levin.[49]

De resto, o pensador defendeu a formação de grupos de capazes de resistir criticamente à ação da mídia, a organização das pessoas interessadas em promover uma oposição cidadã, para atuar em salas de aula, locais de comércio e entidades profissionais. "À primeira vista, a esperança de que algo desta natureza dê certo parece ir contra tudo, mas sempre há um chance real":

> Os milhões de homens que consomem uma cultura de massas sob medida não possuem qualquer consciência uniforme entre si. Os consumidores pressentem vagamente que são logrados, porque é fina a camada ideológica que recobre a capa de cada jornal ilustrado e cada música de sucesso empacotada em celofane. Provavelmente, as pessoas consentem com o que lhes é dado de comer apenas de modo forçado [socialmente], devendo afastar a consciência disso, enquanto não possuem algo diferente. Caberia tentar despertar essa consciência contra o abuso dominante e, dessa maneira, as próprias forças humanas que hoje estão mal direcionadas e ligadas a esse abuso.[50]

Russell Berman faz notar que "uma economia que oscila entre o culto do eu e as visões de solidariedade imediatas é incapaz de articular as tensões [sociais] genuinamente, suprimindo-as com tal violência que elas terminam sendo antes realimentadas".[51] A referência feita antes mostra que, apesar de sua efetividade, conviria, porém, não entender essa tendência de maneira dogmática. A crítica à indústria cultural é crítica à medida que

---

[49] Procedendo à justificativa teórica de uma série de programas seus que foram transmitidos pelo rádio, baseando-se na montagem comentada das passagens musicais de sua predileção, o filósofo defendeu, porém, que a seleção, citação e repetição desse material em chave ao mesmo tempo polêmica e didática, embora tivessem um caráter reificante em relação à matéria, poderiam ser também uma forma de "liberar a audição da neutralização [mercantil], direcionando-a para a compreensão [do processo global de composição]" (Theodor Adorno [1963] apud Thomas Levin: "For the record", cit., p. 46). Observe-se, contudo, que Adorno chegou a condenar explicitamente essa prática em "Social critique of radio music" [1945]. Segundo Martin Jay, o pensador apenas paulatinamente "superou sua animosidade para com os meios de comunicação em massa, em um esforço autoconsciente para influenciar a opinião pública", conforme demonstra sua colaboração com o rádio e a imprensa alemãs no Pós-Guerra ("Urban Flights: The Institute of Social research beetwen Frankfurt and New York". In: David Rasmussen [org.]: *The Handbook of critical theory*. Oxford: Blackwell, 1996, p. 48).

[50] ADORNO, T. *Pode o público querer?* op. cit., p. 57.

[51] BERMAN, R. *Modern culture and critical theory*, p. 53.

não se deixa tomar de modo absoluto e, portanto, não deve ser vista como um contexto teórico monolítico e sem contradição, conforme pretendem muitos de seus adversários. O fenômeno em juízo é, para ela, ambivalente, porque, se por um lado reproduz uma vontade que, sob certas condições, pode ser forte o bastante para livrar a consciência do indivíduo do fetichismo da mercadoria, constitui em outros aspectos um dos fatores de involução da consciência do homem contemporâneo (*Sociologia*, p. 74).[52]

[52] Eugênio Trivinho submete à crítica brilhante e arrasadora um exemplo cabal do que estamos falando por último em *Contra a câmera escondida*. São Paulo: Editora do Autor, 1998. Procuramos seguir suas pegadas em "Antinomias do zoológico humano: sociabilidade selvagem, reality shows e regressão da consciência". In: *Galáxia*, São Paulo: Pucsp, 8 ( )2004.

7

Programa de pesquisa: premissas e discurso do método

A crítica adorniana à indústria cultural pode ser entendida como uma reflexão de ordem histórica e filosófica sobre a estrutura e sentido das mudanças ocorridas na cultura moderna com a subsunção de suas formas de produção, difusão e consumo ao calculo mercantil. Nesse sentido, a disciplina encontra-se na base de um programa de pesquisa cujo sentido original é decifrar a maneira como as contradições sociais e os problemas do homem moderno se articulam e expressam, são mediados, através da produção dos bens culturais.

As proposições teóricas em que se sustenta devem, idealmente, poder servir de chave interpretativa no estudo da mercadoria cultural tecnológica na sociedade contemporânea.

Atualmente, as verdadeiras obras de arte "renunciaram à ilusão de obter uma comunicação real entre os homens; são monumentos de uma vida solitária e desesperada que não encontra nenhuma ponte para com outras consciências e, às vezes, nem sequer com a sua própria". Acontece, todavia, que "o desespero também pode ser descoberto fora da arte pura, na chamada diversão e no mundo dos *bens culturais*, mas então é preciso partir do exterior, mediante a teoria psicológica e sociológica",[1] dizia Max Horkheimer.

Conforme procuramos mostrar nos capítulos anteriores, a crítica à indústria cultural pode ser entendida como um capítulo dessa teoria. Encontra-se nela um conjunto de proposições histó-

---

1 HORKHEIMER, M. "Arte e cultura de massas". In: *Teoria crítica*. Barcelona: Barral, 1974, p. 122-123.

ricas e filosóficas que pode servir de embasamento para uma ciência social crítica preocupada em pesquisar a fortuna da experiência cultural humana na era da técnica, a partir de um trabalho "determinado por um interesse emancipatório no conhecimento".[2]

Horkheimer resumiu os princípios orientadores de uma ciência dessa espécie em quatro pontos, hoje tornados clássicos. Nessa ciência, pontua:

1. O conhecimento é construído historicamente, procedendo-se ao estudo da formação do fenômeno e do modo como esse fenômeno se insere em uma dada forma social.
2. O conhecimento é construído criticamente, procedendo-se a um confronto entre os valores formadores dos fenômenos em estudo com o seu processo concreto de criação e posição na sociedade.
3. O conhecimento é construído dialeticamente, procedendo-se a um exame da maneira como a forma social anima e move a formação do fenômeno e suas correspondentes representações.
4. O conhecimento é construído hermeneuticamente, procedendo-se a uma análise da maneira como o sentido dos referidos fenômenos depende da maneira como se relaciona, em diversos momentos, com a totalidade.[3]

Situado neste âmbito, o conhecimento teórico sobre a problemática da indústria cultural pode ser visto como uma força a serviço de uma prática de pesquisa histórica movida pelo desejo de trazer à consciência a maneira como a referida indústria cola-

---

[2] HABERMAS, J. "Conhecimento e interesse". In: *Ciência e técnica como ideologia*. Lisboa: Edições 70, 1992, p. 140.

[3] HORKHEIMER, M. "Notes on Institute activities". In: Stephen Bronner e Douglas Kellner (orgs.): *Critical theory and society*. Nova York: Routledge, 1989. Cf. Theodor Adorno: "Sociologia e pesquisa empírica", "Dialética e positivismo em sociologia" (*Escritos*, p. 189-209 e 239-313) e *Epistemología y ciencias sociales* (Madri: Cátedra, 2001); Jürgen Habermas: *Lógica de las ciencias sociales* (Madri: Taurus, 1988); Brian Fay: *Critical social science* (Ithaca [NY]: Cornell University Press, 1987); Raymond Morrow: *Critical theory and methodology* (Thousand Oaks (CA): Sage, 1995). Desenvolvimento historiográfico e sistemático dos pontos tratados neste capítulo, no âmbito da pesquisa em comunicação, pode ser conferido no livro de nossa autoria intitulado *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação: trajetória histórica e elementos de epistemologia* (São Leopoldo: Unisinos, 2002).

bora com a manutenção de certas relações de poder e articula os problemas do homem moderno em nossa sociedade.

Interessa-nos, nesta altura explicitar os princípios filosóficos e gnosiológicos em que se baseia essa reflexão, passível de ser entendida como uma espécie de crítica da cultura lida em chave de filosofia da história e teoria crítica da sociedade. Antes, porém, convém explicitar as premissas e estratégias metodológicas em que se pode fundar e, de fato, vêm se desenvolvendo um programa de investigação bastante devedor dessa reflexão no campo de estudos da cultura e da comunicação.

7.1 Linhas gerais da investigação

Conforme fizemos notar no primeiro capítulo, o conceito de *indústria cultural* exprime o movimento real do capitalismo moderno como um todo sob o aspecto da subjetividade encarnada nos indivíduos e instituições. A figura da indústria cultural designa um momento desse todo e deve ser entendida como uma mediação formadora do processo de posição dessa subjetividade na sociedade.

Vendo bem, a expressão em foco não se refere às técnicas de produção e difusão da cultura, nem ao seu impacto nos processos de interação. Em função disso, pretender entendê-la com as categorias da teoria da comunicação, como muitos querem, significa desvalorizar essa teoria, perder de vista seus méritos e mal entender a Escola de Frankfurt.

Os frankfurtianos nunca foram teóricos da comunicação – pelo menos até ocorrer a guinada nessa direção, dada por Habermas.[4] Aparentemente, parecia-lhes absurdo que a indústria cultural – co-responsável pelo fechamento do universo da locução – pudesse ser explicada com os conceitos da teoria da comunicação.[5] O raciocínio que relaciona a estrutura e sentido dos

---

[4] HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa*. Madri: Taurus, 1987. *Teoría de la acción comunicativa: complemento y estudios previos*. Madri: Catedra, 1989.

[5] ADORNO, T. *Introducción a la sociología*, p. 194. Cf. Francisco Rüdiger: *Introdução à teoria da comunicação*. 2. ed. São Paulo: Edicon, 2003, p. 89-108. "Comunicação é – conforme sugerido por Kraus – a expressão científica e valorativamente neutra com que se chama um processo de transmissão que permite a uma pessoa falar a

bens culturais com seus efeitos sobre o sujeito, ou a difusão social de mensagens com sua recepção e consumo, era em essência estranho à sua maneira de entender a cultura contemporânea.

Inclusive quando incluem cogitações sobre seu aspecto manipulatório, sempre que os estudiosos do assunto deixam de "refletir sobre o que esse conceito significa, de que modo e, sobretudo, com que condicionamentos se transformou esse conceito", são grandes suas chances de caírem nesse "inventário inútil e conceitualmente vazio que é próprio de o que hoje em dia se denomina, em geral, de teoria da comunicação".[6]

Segundo Adorno, a crítica à indústria cultural constitui parte de uma teoria crítica da sociedade. Os fenômenos de mídia não podem ser estudados de maneira autônoma. O problema, para ele, consiste em saber como esses fenômenos se inserem na crise da cultura moderna provocada pelo progresso do capitalismo. Nesse sentido, a referida crítica representa uma proposta de estudo transdisciplinar, em que se "combina o exame da produção e da economia política da cultura com análises textuais, nos quais os artefatos culturais são contextualizados em seu meio sócio-histórico, mais [eventuais] estudos de recepção e uso desses textos por suas audiências".[7]

Resumidamente, a proposição significa que a reflexão sobre a matéria obedece aos seguintes princípios:

1. A perspectiva de interpretação pensa a estrutura e função da cultura mercantil no contexto do processo histórico global da sociedade.
2. A hipótese básica é a de que essa cultura produz e reproduz em termos econômicos, técnicos e espirituais as categorias e contradições sociais dominantes.
3. Os fenômenos de indústria cultural são tratados como fatos sociais que devem ser julgados de acordo com certos critérios de valor imanentes e que, assim, devem ser descobertos através de uma reflexão histórica.

---

outra de modo a esconder o fato de que, por seu intermédio, as principais forças do poder econômico concentrado e seus assessores administrativos enganam as massas a elas se ajustando" (*Literatura* II, p. 43).

[6] ADORNO, T. *Introducción a la sociología*, p. 194.

[7] KELNER, D. "Critical Theory and cultural studies". In: Jim McGuigan (org.): *Cultural methodologies*. Londres: Sage, 1997, p. 26.

4. A crítica considera o homem como sujeito e situa a indústria cultural em relação aos mecanismos existentes entre estrutura social, as formas de consciência e o desenvolvimento psíquico do indivíduo.
5. Finalmente, sustenta-se que os estímulos produzidos na esfera da indústria cultural "são um fenômeno histórico, e que a relação entre esses estímulos e a resposta [do público] é pré-formada e pré-estruturada pelo destino histórico do estímulo tanto quanto do sujeito que a ele responde".[8]

Para Adorno, Kracauer conferiu à crítica cultural uma função de crítica social que pretendia válida também para seu próprio trabalho. Em seu modo de ver, a leitura crítica da produção cultural é, também, um meio de fazer uma diagnose da sociedade. Embora negasse que essa produção fosse reflexo da vida subconsciente, assim como da vida social, o pensador acreditava, como o autor citado, a hipótese de que os lazeres industriais e as práticas de consumo cultural são expressão da ascensão das massas promovida pelo capitalismo. Noutros termos, podem ser correlacionados com as condições psicológicas e sociais peculiares das camadas médias assalariadas em nossa sociedade, com a transformação desses grupos em matriz de onde passam a emanar os princípios de estruturação da vida cotidiana na era contemporânea.

Segundo o pensador, a pesquisa e estudo das condições econômicas e institucionais que estruturam a produção e consumo dos bens culturais é uma parte essencial do entendimento do fenômeno. Assim, podemos compreender como as empresas culturais se estruturam e funcionam. "O estudo das condições econômicas e políticas dos mercados de massas é parte integrante da análise das modernas instituições de lazer e sem a qual essas úl-

[8] Cf. LEO LOWENTHAL: "Historical perspectives on popular culture" [1950]. In: *Literature and mass culture*, p. 15-17. Conforme sabemos hoje, essas páginas do referido texto foram escritas em conjunto por Adorno e Lowenthal. Cf. Leo Lowenthal: *Critical Theory and Frankfurt theorists*, p. 50 e 140-142. Confira ainda nossa monografia *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação* (São Leopoldo: Unisinos, 2002).

timas não podem ser entendidas", escreve um seguidor do entendimento frankfurtiano.[9]

A perspectiva, contudo, é insuficiente para dar conta do movimento global da coisa, pois não logra dar conta de qual é o sentido da produção cultural na sociedade. Os produtos culturais são oriundos de uma matriz social concreta, em que predominam os fatores institucionais, políticos e econômicos. O fato exige que essa conexão, não menos que o conteúdo cultural, seja trazida à análise. Porém, enquanto disciplina de pesquisa, a crítica precisa avançar além do que costuma prever a chamada economia política das comunicações.[10]

A reflexão sobre a estrutura e a pesquisa dos processos que as estruturam em termos econômicos, políticos e organizacionais é, para essa crítica, apenas um pré-requisito necessário de um trabalho histórico e filosófico que se efetiva, essencialmente, no plano da análise cultural dos fenômenos surgidos no processo civilizatório. Assim, as pesquisas deveriam orientar-se no sentido de superar tanto o economicismo da economia política tanto quanto o culturalismo da crítica cultural. O recomendável é empreender uma reflexão histórica e hermenêutica sobre os processos e fenômenos de indústria cultural orientada criticamente em relação aos problemas estruturais de nossa sociedade.[11]

---

9 PROKOP, D. "Problems of production and consumption in the mass media". In: *Media, culture and society* 1 (101-116) 1983.

10 Cf. VINCENT MOSCO: *The political economy of communication*. Londres: Sage, 1996. Alain Herskovitz: *Economia política da cultura e da comunicação*. Vitória (ES): Universidade Federal, 1996. César Bolaño: *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec, 2000. A percepção de que este enfoque precisa incorporar o exame do elemento cultural data de período recente. Cf. Peter Golding e Graham Murdock: "Culture, communication and political economy". In: James Curran e Michael Gurevitch (editores): *Mass media and society*. Londres: Arnold, 1996, 2. ed., p. 17-18. Nicholas Garnham: *Emancipation, the media and modernity*. Oxford: Oxford University Press, 2000.

11 Cf. THOMAS MCCARTHY e DAVID HOY: *Critical Theory*. Oxford: Blackwell, 1994. Stuart Ewen: *Captains of consciousness*. Nova York: McGraw-Hill, 1976. *Channels of desire*. Nova York: McGraw-Hill, 1982. Caberia noutra ocasião observar como esses dois últimos estudos conjugam criticismo cultural e ciência social crítica em chave que converge com os enfoques propostos por Michel Foucault. Cf. Thomas McCarthy: "La crítica de la razón impura: Foucault y la Escuela de Frankfurt". In: *Ideales e Ilusiones*. Madri: Técnos, 1992. Xavier Delcourt: "Les États-Unis, socle historique pour comprendre et agir sur les médias". In: Robert Boure e Isabelle Paillart (orgs.): *Les Théories de la communication*. CinémAction 63 (33-39) 1992, p. 34-37.

A proposição por certo implica em discussão, porque o pensador em foco neste estudo contestou-a diretamente em uma ou outra de suas reflexões sobre a indústria cultural. As expressões do sistema em que essa se tornou não seriam, para ele, parte do espírito objetivo da época, lê-se em um texto. As situações que a tipificam seriam função "da sua posição de monopólio, sobretudo das suas engrenagens e controles, altamente desenvolvidos e, em particular, do *plugging*, isto é, [do mecanismo que é] sua repetição planejada, às custas de tudo o mais que pudesse ser oferecido em sentidos diferentes" (*Temas*, p. 117).

Efetivamente, Adorno defendeu às vezes que esse processo seria melhor estudado a partir de fora, deixando entender que ele ficaria bem, se circunscrito ao campo da economia política. O frankfurtiano tinha a abordagem como essencial, contrariamente ao que apregoam alguns de seus críticos mais à esquerda, seguidores – no caso – da chamada economia política das comunicações.

Em 1954, por exemplo, cogitou editar uma coletânea de estudos sobre a cultura de massa, em que pretendia fornecer uma visão sistemática sobre o assunto, a partir de uma colaboração interdisciplinar. A explanação do projeto que se encontra em uma carta escrita a um de seus principais companheiros termina com a revelação da seguinte dificuldade, que bem dá conta do que estamos falando:

> Naturalmente está faltando algo decisivo, ou seja: uma análise econômica das fundações da cultura de massa. Entretanto, quem poderia fazer algo do gênero?[12]

Nessa mesma altura, o pensador criticou a supressão das questões econômicas no tratamento dos processos e formas de socialização, argumentando que "a ciência que pensa poder fazer aparecer o social prescindindo da referência aos momentos da problemática da autoconservação da sociedade se vê obrigada a fetichizar o que sobra: as relações interpessoais, omitindo a função destas no metabolismo com a natureza e com a totalidade so-

[12] Theodor Adorno apud Leo Lowenthal: *Critical theory and frankfurt theorists*. New Brunswick (NJ): Transaction, 1989, p. 117.

cial, tanto quanto o conjunto de suas contradições fundamentais".[13]

Lambert Zuidervaart salienta, porém, que não há em sua obra análise do modo de produção dos bens culturais da indústria. Curiosamente, o fato é que:

> A crítica ao processo de mercantilização da cultura proposta por Adorno não engendra um exame completo do processo de produção no capitalismo avançado. Ele parece contente em descobrir as relações de produção dominantes dentro das mercadorias culturais e da experiência individual.[14]

Em última instância, as pesquisas que empreendeu sugeririam pois, segundo nosso ver, que a abordagem em chave de leitura econômica por si só é insuficiente. Hoje em dia, a medição de reações objetivas seria mais relevante do que a análise do sentido dos bens culturais. A razão seria que os produtos culturais "são cada vez menos formas espirituais autônomas, constituindo antes frutos de um cálculo ajustado a categorias mercantis. Os produtos da indústria cultural podem ser melhor compreendidos com as categorias das pesquisas de mercado do que com critérios estéticos... porque seu único propósito é captar o público como clientela mediante truques psicológicos".[15]

Contudo, a documentação por nós consultada não permite concluir qual era, de fato, seu juízo último sobre a matéria. Deixando claro que não poucas vezes ele sucumbiu a uma concepção reducionista e de certo modo mecânica do problema, cremos que seus escritos, em conjunto, permitem desenvolver um entendimento bem mais plástico e aberto a respeito. Também nos processos de indústria cultural far-se-iam presentes o que, recorrendo à terminologia hegeliana, ele chamou de expressões do espírito objetivo da sociedade.

A pesquisa das condições históricas econômicas e políticas que ensejam a produção e o consumo das mercadorias culturais

---

[13] ADORNO, T. *Epistemología y ciencias sociales*. Madri: Cátedra, 2001, p. 68-69.

[14] ZUIDEVAART, L. *Adorno's aesthetic theory*, p. 81.

[15] ADORNO, T. *Epistemología y ciencias sociales*, p. 50. "No universo dos produtos da cultura de massas, os métodos das ciências humanas deixaram de ser apropriados" (p. 51). Porém, também os estudos com métodos objetivantes possuem seus riscos: ao se analisar as formas de reação das pessoas, por exemplo, "não se pode passar por alto o fato de que nelas existe um momento de irracionalidade" (p. 54).

da indústria constitui o pressuposto fundamental de um trabalho que deve culminar com uma análise crítica do sentido objetivo desses bens, especialmente a maneira como o contexto por eles formado colabora no processo de constituição dos sujeitos. As mercadorias culturais são o foco da análise, na medida em que articulam essas condições em conjunto, porque representam sua principal mediação social no capitalismo avançado.

O problema nuclear não consiste, porém e apenas, em saber como elas são produzidas e chegam ao público consumidor: ainda mais relevante é saber como o processo social se estrutura em seu interior e de que modo podemos decifrá-lo através da análise de sua posição dentro da sociedade. Apesar de não disporem da autonomia que podemos encontrar nas obras de arte sérias, também os produtos culturais da indústria podem ser examinados, em primeiro lugar, procurando-se ver, social e culturalmente, a forma como eles agenciam os seus conflitos e problemas; mas, em seguida, colocando-lhes, sempre que possível, a questão de seu valor e sentido histórico.

> O trabalho consiste pois em descobrir como a totalidade social, concebida como uma unidade internamente contraditória, manifesta-se na obra de arte e de que modo a obra de arte permanece submissa e/ou se e de que modo ela transcende a sociedade. (*Literatura* I, p. 39)

A produção cultural como um todo confere forma – de maneira mais ou menos consciente – às contradições existentes em seu meio social de origem e inserção, sendo pois mais ou menos ideológica; mas ela também figura – de maneira mais ou menos utópica – as suas possibilidades, dando face e voz ao que aquela produção ratifica através de seus recursos estéticos e criativos, por mais que não possa convertê-las em realidade concreta: a partir dessas premissas é que pode ser devidamente pesquisada a produção cultural, origine-se ou não da indústria cultural.

Observamos que Adorno permaneceu prisioneiro de um julgamento preconcebido e estreito a respeito das formas e obras da arte de massas, que em si mesmas suscitavam-lhe pouquíssimo interesse. Conforme observa Peter Hohendahl, o pensador não fez nenhuma tentativa séria de estudar os produtos culturais da indústria: suas declarações ficam sempre no plano das avaliações

gerais e dos fenômenos típicos. Aparentemente, ele estava convencido de que lhes faltaria a capacidade de transcender criativamente, isto é, em figura e forma, o meio social em que se originavam. Apenas as obras de arte sérias, feitas às suas margens, seriam passíveis de adquirir a capacidade de superar idealmente os condicionamentos materiais impostos pelas circunstâncias de produção, circulação e reprodução dominantes.

Entretanto, verifica-se também que nada na crítica à indústria cultural que propôs proíbe ou obsta *a priori* que esse aspecto possa ser investigado. A prática da indústria cultural remete ao processo social como um todo, à práxis humana, e, por isso, seus produtos – assim como a arte séria, podem ser vistos como mônadas. Através elas, é possível encontrar a fisionomia da sociedade em seus aspectos positivos mas, também e em tese, prospectivos, quer no plano histórico, quer no plano filosófico.

O sentido social desses produtos se encontra, primeiramente, em sua própria estrutura, e não na maneira como eles se comunicam com o público: contudo, sendo assim, por hipótese eles não apontam apenas para o existente, mas também para suas perspectivas: eventualmente eles carregam consigo um significado prospectivo do ponto de vista histórico.

Prova desse enfoque é a maneira como Adorno resiste em privilegiar o momento da recepção, quer no campo da arte séria, quer no campo dos processos relacionados à indústria cultural. A recepção é fonte de problemas que, se bem podem ser estudados, esclarecem-nos muito pouco a respeito da função daquela prática e seu sentido. A principal razão para tanto, relativamente à recepção, é que "a subjetividade dos informantes [de uma pesquisa] não é redutível aos processos subjetivos de formação da opinião pública, nem vice-versa" (*Música*, p. 180).

Crítica cultural e sociedade (1951) elabora os princípios gerais da análise proposta pelo pensador. Conforme ele nota nesse ensaio, há dois métodos de estudo crítico das formações culturais. A abordagem transcendente consiste em colocar-se em uma posição exterior aos fenômenos e remetê-los aos interesses materiais que agem por seu intermédio e por essa mediação se acham encobertos.

O método imanente, ao contrário, procura lê-los desde dentro, baseando-se na hipótese de que a falsidade das ideologias não está nelas mesmas, mas na pretensão de coincidir plenamente com a realidade. "Significa entender, na análise de sua estrutura e de seu sentido, a contradição entre a idéia objetiva dessas formações e aquela pretensão, nomeando aquilo que expressa a consistência e a inconsistência dessas formações em si, em face da constituição do estado de coisas existente" (*Sociologia*, p. 89).

Segundo o raciocínio do autor, a crítica à indústria cultural seguiria, à primeira vista, o primeiro caminho mas, de fato, está obrigada, por razões históricas e filosóficas, a observar o segundo, porque "já não há lugar fora da engrenagem social a partir do qual se possa nomear a fantasmagoria: só em sua própria incoerência é que se pode encaixar a alavanca" (idem, p.74). A perspectiva pode ser comprovada, cremos, onde é trabalhada com mais desenvoltura e base empírica. Isto é, em um dos primeiros estudos de crítica à indústria cultural: a pesquisa sobre a estrutura e sentido das colunas de horóscopo publicados na grande imprensa que se encontra em *The Stars down to Heart* (1957).

Neste estudo, Adorno procura mostrar que as páginas de horóscopo são resultado da exploração comercial de determinadas situações psicossociais e que elas tanto pressupõem quanto corroboram as tendências históricas em curso mundo contemporâneo. A abordagem – em diversos aspectos tediosa e insípida – desenvolve de maneira embrionária os diversos instrumentos de análise do programa de pesquisa adorniano, revelando em sentido mais amplo o caráter de ideologia da indústria cultural e, por extensão, o sentido em que a crítica dessa indústria pode ser entendida como uma crítica da ideologia (*Ideologiekritik*).[16]

Em resumo, a interpretação é construída objetivando mostrar que "na astrologia existe implícita uma metafísica da adaptação por trás do conselho específico para se adaptar na vida cotidia-

[16] O entendimento de que a racionalização industrial da cultura é tão contraditória quanto o é no campo econômico também se faz presente, por exemplo, no estudo pioneiro *Composing for the films* (1944). As empresas culturais procuram levar a música a sério para vender seus produtos, mas o próprio objetivo é contraditório. O esforço para usar a música para formar clientela é tamanho que, no limite, "a música já não produz nenhum efeito". Como as tomadas de câmara triviais, ninguém a leva em conta, ela pouco ou nada significa (p. 81). Cf. Peter Rosen: "Adorno and film music". In: *Yale french studies* 60 (157-182) 1980.

na".[17] Para Adorno, as colunas astrológicas esquematizam determinados estados de consciência resultantes da situação social vivida pelo homem moderno e segundo os quais existem certas regras de conduta necessárias para obter uma vida bem-sucedida. Afirma-se nessas colunas que, comportando-se de acordo com o sugerido, as coisas acabam bem. Quando não são observadas suas prescrições, ao contrário, tudo acaba mal.

O público preferencial é formado por aqueles que, insatisfeitos com a superficialidade da vida moderna, sentem falta de algo mais sólido e profundo, mas carecem dos meios ou não querem fazer o esforço adequado para deles se aproximarem.

Nestes veículos, a pretendida legislação que os astros exerceriam sobre os destinos humanos corresponderia à transferência dos princípios de autoridade social para um ordenamento anônimo, misterioso e impessoal, responsável pela boa ordem das coisas e que zela para que tudo saia de maneira positiva, desde que as pessoas o conheçam e o obedeçam.

Em suma, a necessidade de adaptação social vivida hoje é explicada em bases metafísicas e explorada comercialmente. Particularmente interessante, nesse sentido, é a maneira como autor trabalha a hipótese do caráter voluntário em que se baseiam os mecanismos de sujeição vigentes na indústria da cultura. Desse modo, desloca-se o foco de análise do fenômeno das crenças para o da psicologia das massas. A astrologia, sustenta o filósofo, não funciona à base de ideologia, mas construindo um equilíbrio formal entre as exigências contraditórias que se colocam ao homem moderno e que ela precisa levar em conta se quiser sujeitar seus leitores (*Stars*, p. 51).

Os procedimentos através dos quais os leitores são inscritos na coluna e se esquematizam suas correspondentes relações humanas sustentam-se em mecanismos textuais (chamados, pelo autor, de fórmulas difásicas), onde se procuram equilibrar as exigências conflitantes de liberdade individual e dependência social, trabalho e prazer e, por fim, adaptação e individualidade.

---

[17] ADORNO, T. *The Stars down to earth* (Trad. esp.: Barcelona, Laia, 1986), p. 67. Doravante, o texto será citado, no corpo do texto, como *Stars*. Cf. Blanca Muñoz: *Theodor Adorno, teoría crítica y cultura de masas*, p. 128-143; Robert Witkin: *Adorno on popular culture*, p. 76-82.

Contrariamente à imagem atribuída à sua linha de análise, a conclusão do pensador salienta que esse equilíbrio realmente não pode ser alcançado, embora seja essa a pretensão de seu discurso programático. Os horóscopos populares são tão incoerentes quanto a sociedade que os produz e consome – mesmo quando são muito bem acabados formalmente. Significa que eles são ideologia não porque "passem" alguma mensagem para seus consumidores, mas porque reproduzem subjetivamente os problemas para os quais afirmam ser a solução.

A leitura que chamaríamos hoje de desconstrutiva da coluna sugere que os sujeitos da astrologia de fato não acreditam na conformação do indivíduo às normas sociais vigentes. O caráter anárquico da produção e da vida social capitalista está inscrito no texto zodiacal. A atmosfera de resignação que emana do material não chega a esconder seu incentivo à alguma forma de delinqüência. As configurações a que ele se refere esperam que o indivíduo cumpra apenas as exigências sociais inevitáveis, deixando claro que ele poderá "recorrer a uma espécie de impetuosidade anárquica, sempre que tenha sua imunidade garantida" (*Stars*, p. 69).

Cremos que a proposição corrobora a hipótese mencionada acima, segundo a qual a indústria cultural é tão antagônica quanto a sociedade que enseja o seu aparecimento (*Indústria*, p. 157). As contradições sociais, realmente, não são resolvidas pelas mercadorias culturais da indústria, embora seja esse o princípio de sua posição na sociedade. Os conflitos que se originam dessa última são mantidos pelas páginas de horóscopo, "ratificando de maneira implícita a impossibilidade real da tão exaltada *integração* [do indivíduo à sociedade]" (*Stars*, p. 67).

O entendimento assim avançado permite ao autor sublinhar que os fenômenos relacionados com a popularização da astrologia não são impostos de cima para baixo, constituindo antes expressão de movimentos de massa, cujo sentido objetivo consiste em fazer aceitável à subjetividade a precária situação vivida pela maior parte das pessoas no mundo contemporâneo. Mercadorias culturais da indústria como essa são consumidas sobretudo porque propendem a fortalecer as formações reativas às mutações nos regimes de poder ocorridas em nossa época. Basicamente,

elas "reforçam o que [as pessoas] aprenderam consciente ou inconscientemente", muito antes de se dar sua intervenção (*Stars*, p. 42).

O material confirma, portanto, a hipótese que, embora de maneira bastante desfigurada, as pessoas tendem aceitar os produtos que, mal ou bem, acenam com a satisfação de suas necessidades psicológicas e interesses econômicos, conforme definidas pelo sistema social vigente. As colunas de horóscopo são lidas pelo fato de fazerem eco a um estado de ânimo coletivo, responder à angústia flutuante sobre o destino da própria vida em condições sociais cada vez mais anônimas e impessoais, mas que essas colunas todavia ajudam a manter objetivamente, apresentando as ansiedades do homem moderno como um problema que possui uma razão oculta, e tal razão como um recurso que não pode nem deve ser buscado naquelas condições de vida, devido ao fato deste só poder ser descoberto nas cartas astrológicas.

Nesse estudo, como em outros que seria preciso escrever, tratar-se-ia de fazer um "confronto dos textos com o seu próprio e enfático conceito, com a verdade visada por cada um, mesmo que ele não a tenha em mente, abalar a pretensão da cultura, levando-a a meditar sobre sua inverdade" (*Sociologia*, p. 183).

Adorno não faz qualquer menção ao possível conteúdo utópico das colunas de astrologia. A postura crítica que elas e outras expressões da indústria cultural nos exige, contudo, não proíbe investigá-lo. Conforme vimos, o pensador confiava muito pouco nessa hipótese, da existência de um conteúdo utópico, embora não a tenha ratificado de maneira absoluta. Prova disso é que a possibilidade aberta desse jeito vem sendo estudada há alguns anos por intérpretes do legado frankfurtiano, que, encontrando-a em estágio latente inclusive no capítulo sobre o anti-semitismo de sua obra maior, revelam a presença dos impulsos utópicos em vários bens e situações dependentes do cálculo que comanda a indústria cultural.

Conforme observa Fredric Jameson,

> [A crítica à indústria cultural] deve ser exercida, no trabalho prático de leitura e interpretação, simultaneamente como uma hermenêutica marxista positiva [das condições materiais e históricas das quais dependem os fenômenos] e uma decifração dos impulsos

utópicos desses mesmos textos culturais [por causa disso] ainda ideológicos.[18]

A proposição nos recomenda, com razão, observar que os produtos portadores de significado valorativo possuem uma função utópica ao lado da ideológica; e que só por meio da primeira é que a segunda, quando é o caso, adquire concretude histórica. A crítica à indústria cultural não se pode limitar ao exame das ideologias com que o sistema se reproduz, devendo especificar também os momentos subversivos e oposicionistas contidos em seu modo de posição. As contradições de que ela é palco obrigam-na a de algum modo expressar tanto os esforços no sentido de manter quanto no de contestar as formas existentes de dominação.

> O pesquisador deve proceder à leitura da mídia em função do modo como ela se relaciona com as estruturas de dominação e forças de resistência tanto quanto com as posições ideológicas que elas sinalizam dentro do contexto dos debates e lutas sociais em curso no momento.[19]

O tópico visto acima é válido como princípio de pesquisa e está bem notado, mas não deveria nos fazer esquecer dois pontos.

O primeiro e menos relevante em termos mais imediatos remete ao entendimento adorniano de que o problema em relação às perspectivas da crítica à indústria cultural não é tanto o conteúdo utópico que os produtos eventualmente veiculem, mas sim o de sua autonomia estética, política e epistêmica. Vimos que nada obsta a que essa autonomia seja buscada ou mesmo chegue a se instalar com a ajuda dos meios técnicos. A convergência entre as artes e a técnica maquinística é uma tendência inscrita em ambas, porque ambas fazem parte do mesmo movimento histórico.

Porém, convém que se distinga o processo enquanto repõe um espaço social para a criação autônoma (pelo menos com algum significado transcendente) e, ao contrário, enquanto força que, quando não abole, leva à submissão dessa criação, qualquer

---

[18] JAMESON, F. *O Inconsciente político*. São Paulo: Ática, 1992, p. 304. Cf. "Reificação e utopia na cultura de massa" (*Marcas do visível*, op. cit., p. 9-35).

[19] KELLNER, D. *Media culture*. Londres: Routledge, 1995, p. 95.

que seja sua modalidade, aos horizontes culturais e existenciais definidos pela racionalidade mercantil e empresarial.

A tecnologização das artes é um movimento cujo sentido é ao mesmo tempo o de sua integração econômica e o de sua alienação estética, embora nada disso se defina de maneira absoluta: integração econômica, porque há poucos setores da vida que escapam à sua mediação; alienação estética, porque, assim, as artes perdem a especialização que lhes permitia elaborar um conteúdo específico e os sujeitos que poderiam articulá-la autonomamente.

A presença de elementos utópicos na cultura de mercado não quer dizer que seus produtos, por isso, tenham adquirido autonomia estética enquanto meios criadores de uma imagem indicadora do totalmente outro, de uma figuração alternativa da vida e do homem; assim como não quer dizer que, por isso, esses elementos sejam meios veiculadores de uma atitude crítica ou esclarecida em relação à sociedade existente. "Qualquer que seja a utopia, qualquer coisa que ela venha a ser, só será utopia se for uma transformação da totalidade... só assim evitamos uma falsa utopia, uma utopia que possa ser comprada", disse o pensador em diálogo com Ernst Bloch.[20]

A aceitação da possibilidade não deveria servir de motivo para renunciarmos a pensar o ponto em sua positividade. A crítica e a utopia são condições que não se conferem *a priori*, por meio de juízos formais e postulações de princípio. As características ou aspectos citados só podem ser atribuídos, quando isso é possível, após um esforço, sempre arriscado de dar errado, de julgamento esclarecido e independente.

O segundo ponto a observar, ainda mais importante, é a necessidade de levarmos em conta a hipótese adorniana de que, pelo fato de hoje as contradições e conflitos reproduzidos pela indústria cultural serem vividos em contexto que essa mesma indústria ajudou a moldar, o alcance desses antagonismos se encontra limitado. Através dessa indústria, ocorre muito mais do que sua mera articulação: a crescente mediação do conjunto dos processos sociais por suas agências a tornou uma das arenas em

[20] ADORNO, T. & BLOCH, E. Something's missing: a discussion (1964). In: Ernst Bloch: *The utopian function of art and literature*. Cambridge (MA): MIT Press, 1988, p. 3-4.

que se produzem agora os próprios sujeitos históricos desses conflitos e contradições.

As contradições veiculadas pelas comunicações dificilmente poderão ser superadas no contexto atual, porque esse mais e mais existe pela mediação dessas comunicações, embora não totalmente. A relação entre elas e os homens é mais e mais pré-ordenada pelo contexto assim formado. O resultado é uma situação que, relativamente ao desenvolvimento da experiência histórica, favorece sobretudo uma prática: a do consumo estético massificado.

7.2 Ciência social crítica e cultura de mercado

Theodor Adorno nunca pretendeu contestar a pertinência e validade epistêmicas da pesquisa social, observando, porém, que "à sociologia caberia analisar quais problemas permitem tratamento empírico adequado, e quais não o permitem sem sacrifício de sentido", e sobre isso "não é possível um julgamento estritamente *a priori* a respeito" (*Indústria*, p. 143).[21]

Atualmente, a investigação sobre os fenômenos de comunicação se colocou, por várias razões, no centro de interesse da ciência social e das políticas públicas. A pesquisa social empírica tornou-se uma exigência, "tanto mais urgente quanto o crescente domínio exercido pelos *mass media* sobre a população aumenta a pré-formação da sua consciência, a ponto de quase não mais permitir a existência de um espaço livre para perceber aquela pré-formação" (*Escritos*, p. 197).

Entretanto, precisamos considerar, por outro lado, que as manifestações aparentemente primárias e imediatas do público receptor, colhidas por meios objetivos ou etnográficos, são em si mesmas mediatas e não fornecem uma base suficiente para o conhecimento sociológico. O problema não é só com os primeiros, que reduzem o homem ao elemento estatístico, mas também com os segundos, que os induzem a fazer uma falsa idéia de si mes-

[21] Sobre as pesquisas realizadas pelo Instituto de Pesquisa Social, muitas na área dos estudos de comunicação, cf. Alex Demirovitch: *Der nonkorformistiche intellektuelle*. Frankfurt: Surhkamp, 1999.

mos. Destarte, "quem sente uma responsabilidade teórica deve fazer frente, sem meios termos, às aporias do teoricismo e à insuficiência do simples empirismo. [...] Diante da investigação social empírica, é tão necessário o conhecimento profundo de seus resultados quanto a reflexão crítica sobre os seus princípios" (*Temas*, p.122).

Apesar de poderem revelar elementos significativos, as pesquisas sobre efeitos e recepção possuem em si mesmas limitações não menos problemáticas do que os estudos que se fixam no registro institucional (econômico e político) dos processos de produção da cultura no capitalismo avançado. Neste caso, o problema diz respeito ao déficit de sentido sugerido por um exame dos processos culturais em que a cultura é reduzida não apenas no plano concreto mas também no plano epistêmico aos princípios sistêmicos da economia política. No primeiro, ao invés, a dificuldade está na subordinação desses processos ao significado que lhes é dado por sujeitos que, na maior parte do tempo, estão subordinados aos imperativos do referido sistema. A pretendida influência das comunicações não pode ser medida nem pela vontade de quem as confecciona, nem pelo seu conteúdo, nem pela maneira como são consumidas.

Quem solicita uma hermenêutica crítica do material investigado é o próprio processo de criação da coisa, porque esse sempre contém, em potência, um momento auto-reflexivo. Embora aquela não negue o material empírico extraído de informantes, o sentido por ela elaborado é remetido ao contexto social mais amplo e ao processo histórico abrangente, um e outro lidos com base nas proposições da economia política e da reflexão emancipatória sobre os processos civilizatórios.

> A verdadeira interpretação é o contrário da doação subjetiva de sentido pelo indivíduo que conhece ou age socialmente. O conceito de uma tal doação de sentido induz à falsa conclusão afirmativa de que o processo social e a ordem social, conforme entendidos pelo sujeito e do modo como a ele pertencem, justificam e conciliam-se com o modo em que ele é sujeito. Um conceito dialético de sentido não seria um correlato da compreensão de sentido de que fala Weber, mas da essência social que cunha os fenômenos, neles se manifesta e neles se esconde (*Escritos*, p. 280).

Aparentemente, a resistência do pensador não era à prática da pesquisa social empírica, mas à tendência ao abandono da reflexão que nela tem lugar, sobretudo entre os estudiosos das comunicações. "A sociologia dos chamados meios de comunicação de massa nada mais pretende do que investigar opiniões e atitudes, para delas extrair conseqüências *crítico-sociais*" (*Escritos*, p. 128). Entretanto, precisamos perguntar primeiro se essas opiniões e atitudes não estão elas mesmas mediadas pelas comunicações, partindo-se da hipótese de que, passados tantos anos, a experiência encontra-se mais ou menos condicionada pela indústria da cultura e as empresas formadoras de opinião.

> [Destarte,] conviria [ainda] que a investigação dilucidasse, em primeiro lugar, até que ponto tais reações subjetivas dos indivíduos são em realidade tão espontâneas e imediatas como dão a entender os sujeitos; até que ponto, detrás daquela, escondem-se não só os mecanismos de propaganda e a força de sugestão do aparelho, mas também as conotações objetivas dos meios e o material com que são confrontados os ouvintes e, por fim, as estruturas sociais mais amplas, até chegar à sociedade global (*Indicadores*, p. 112-113).

A prática da indústria cultural é um processo que condiciona tanto suas expressões isoladas quanto sua recepção e, portanto, é formadora de fenômenos que não se desencadeiam apenas com o consumo dos produtos culturais. Os homens estão sujeitos a essa prática pelo simples fato de viverem cada vez mais sob condições mediadas por seu sistema há várias décadas. A conclusão que se tira daí é que a condição e o sentido dos dados obtidos dos sujeitos, quando não a própria visão do pesquisador, dependem em última instância da estrutura econômica e das relações de poder vigentes em sua sociedade.

As pesquisas que levantam, sondam ou lidam com opiniões, quaisquer que sejam seus métodos, precisam considerar que, sim, essas devem ser registradas, "porque também a ideologia, a falsa consciência necessária, é uma parte da sociedade que deve ser conhecida por quem deseja conhecer essa última"; mas, ao mesmo tempo, devem ser criticadas, "porque a estrutura que lhes é própria, seu caráter subjetivo, depende de mecanismos objetivos que lhe determinam o conceito" (*Escritos*, p. 208-209).

A presença da indústria cultural em nosso meio de vida significa que "os momentos opostos da produção e do consumo se acham, respectivamente, subordinados entre si e não são dependentes reciprocamente de maneira isolada", conforme pretendem os esquemas derivados da teoria da comunicação (*Dissonâncias*, p. 45). As comunicações só influenciam os indivíduos, se tanto, secundariamente: os segmentos de público que se expõem às práticas da indústria cultural não são apenas seu objeto mas, antes, seus próprios sujeitos (no sentido ambíguo possuído pela expressão).

A formação da opinião é função de um jogo de forças histórico e coletivo:

> O indivíduo não forma sua opinião, por assim dizer, no vácuo, mas na contínua comunicação com os outros, como parte do processo social do qual ele depende, pelo qual é influenciado e o qual ele ao mesmo tempo codetermina.[22]

Atualmente, não se pode mais sustentar a divisão entre opinião pessoal e imposta: os conceitos de influência e persuasão encontram-se ultrapassados. Provenientes do liberalismo clássico, supunham a existência de sujeitos em princípio livres e possuidores de sua própria consciência. A compenetração cada vez maior entre as esferas social e íntima conduziu à sua caducidade. As comunicações não chegam à consciência como algo estranho: essa é, antes, por elas "reforçada em seus valores médios, na medida em que a mídia, ao desenhá-las, leva em conta antes de mais nada suas chances de absorção por parte dos consumidores" (*Música*, p. 80).

As perspectivas de estudo das comunicações costumam se dividir entre as abordagens segundo as quais a mídia exerce um poder sobre a vida social e, outras, em que esse poder é colocado na dependência da sociedade. Os estudos de crítica à indústria cultural caracterizam-se e distinguem-se dessas perspectivas, à medida que procuram examinar como a sociedade se expressa através das suas várias formas de atividade cultural e processos de comunicação.

[22] ADORNO, T. "Opinião pública e pesquisa de opinião". In: Christian Kieling (org.): *Theodor Adorno – elementos para a crítica da idéia de opinião pública*. Porto Alegre: UFRGS, 2002 (monografia de graduação), p. 42.

O programa desses estudos não se centra nem na produção, nem na recepção da mensagem mas, antes, no processo através do qual esses momentos são mediados em conjunto pelas comunicações enquanto mercadorias. O esclarecimento do problema da produção, conforme explicado acima, constitui um pressuposto. A recepção é, por sua vez, um ponto que remete ao contato com a coisa, precisando ser entendido como um momento do processo em sua totalidade.

> Os conhecimentos que possuímos e os juízos que emitimos são mediados pela totalidade das representações com as quais vivemos: os fenômenos chegam a nossa consciência passando por uma série infinita de estruturas [sociais] objetivas.[23]

O enquadramento da matéria no conceito de mediação significa, assim, que o fenômeno não é em si mesmo, mas através das relações que o formam e em que ele se insere socialmente. Noutros termos, os fenômenos de indústria cultural adquirem sentido social objetivo através das relações que o perpassam em uma dada época e contexto: eles só podem ser entendidos através de "estruturas sociais concretas, historicamente definidas e que só são reconhecíveis através da análise e reconstrução da história" (*Temas*, p. 20).

Conforme nota Douglas Kellner, a pesquisa crítica só consegue ser iluminadora, se situa o fenômeno em estudo em seu contexto histórico de nascimento e inserção. Os produtos culturais podem ser lidos como textos, cujo conteúdo é formado por suas relações internas tanto quanto por suas relações com a situação social. Por isso, quanto mais relações a leitura crítica descrever, mais ampla e esclarecida será a sua interpretação.[24]

A pesquisa social empírica tende a reduzir o sentido da obra aos juízos do público, a projeções subjetivas, com relação às quais a obra não passa de estímulo. O problema, portanto, consiste em saber a relação entre as massas e os bens que elas consomem no âmbito da indústria cultural. Pretende-se quase sempre que os bens são definidos pelas reações do público. O correto, porém, seria, ao invés, analisar a relação social entre ambos

---

23 ADORNO, T. *Il concetto di filosofia*. Roma: Manifesto, 1998, p. 117.

24 KELLNER, D. *Media culture*, p. 99. Cf. *Critical Theory, Marxism and Modernity*. Baltimore (MA): Johns Hopkins Univ. Press, 1989, p. 121-145.

dentro de um único e mesmo contexto: "unicamente a compreensão genética da forma de reação pré-formada e de sua relação com o sentido do que é experimentado permite decifrar os fenômenos registrados [pela pesquisa social empírica]" (*Escritos*, p. 197).

Destarte, Adorno defendeu a hipótese metódica de que, partindo da totalidade do movimento histórico, pode-se fazer inferências relativas à fortuna do indivíduo muito mais racionais e plausíveis que aquelas obtidas através da observação pseudonaturalista e experimental. A investigação social empírica do fenômeno precisa ser subsumida hermeneuticamente ao movimento de abordagem daquela totalidade.

> A interpretação dos fatos conduz à totalidade, sem que esta mesma seja um fato. Não há nada, nenhum fato social, que não tenha seu lugar e valor próprio na totalidade. Ela está pré-ordenada perante os sujeitos singulares, por que estes obedecem à sua coação e, por causa desta, representam a totalidade em sua constituição monadológica (*Escritos*, p. 251).

As pesquisas sobre os efeitos e os estudos de recepção tendem a fracassar ou produzir escassos resultados, porque nenhuma investigação específica sobre a influência de uma transmissão ou ciclo de transmissões televisivas, por exemplo, poderia determinar mudanças mensuráveis na conduta ou mesmo na atitude de um público frente ao fenômeno reportado. A recepção por parte do público ou os efeitos das mensagens sobre seus receptores tendem a ser contingentes, no sentido de que tanto público quanto recepção e efeitos não dependem apenas deles mesmos.

Simplesmente não há relação direta e imediata entre esses elementos e o conteúdo das mensagens. A experiência das comunicações é pré-formada e, por isso, "se quisermos entender a televisão, [por exemplo], não basta procurar as implicações dos vários shows e tipos de shows; precisamos ainda examinar as pressuposições dentro dos quais essas implicações funcionam antes mesmo de ser dita qualquer palavra" (*Indústria*, p. 145).

Os procedimentos metodológicos que se limitam a conceituar situações ou descrever fatos não bastam para dar conta dos processos sociais. Os elementos em foco só adquirem sentido dentro do seu movimento conjunto em uma totalidade. A verifi-

cação de que os indivíduos integrantes de uma amostragem possuem informações sobre um assunto é uma prova tão precária de que realmente o conhecem quanto, ao invés, sua falta seria prova de desconhecimento. O caráter da recepção "só pode ser deduzido da tendência social para o processo de consumo como tal e, [então], identificado em traços específicos. Não se pode inferi-lo de atos de consumo arbitrariamente isolados e quantificados".[25]

O problema dos efeitos não se relaciona apenas à estrutura do produto mas, também, ao seu contexto de atuação: é um problema situado na longa duração, cumulativo e, em última instância, vinculado à dinâmica histórica do conjunto da sociedade. As pesquisas sobre os efeitos esquecem que o impacto que procuram depreender deste ou daquele filme sonoro, deste ou daquele evento, não se pode "atribuir a nenhum deles isoladamente, mas só a todos em conjunto na sociedade" (*Dialética*, p. 119).

As pesquisas empíricas demonstraram que "a chamada imprensa de rua põe em leilão [...] contrabandos políticos de extrema direita, sem que isso tenha influenciado muito [porém] os milhões de leitores nos países anglo-saxões". Entretanto, seríamos ingênuos pensando que seu sentido é nulo, tanto quanto se a isentássemos de toda e qualquer responsabilidade pelo que acontece na sociedade contemporânea. A existência da indústria cultural por si só revela uma sociedade em antagonismo e, por isso, "é mais recomendável refinar a análise de seus estímulos [...], situando-se além da tese originária que lhe associa à realização ideológica dos desejos, do que persistir com o estudo dos efeitos, que facilmente perde de vista o conteúdo concreto que produz os efeitos: a conexão com o contexto" (*Literatura* II, p. 67).[26]

---

[25] ADORNO, T. "Mensagens numa garrafa". In: Slavoj Zizek (org.): *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, p. 47. As investigações empíricas sobre os efeitos mostram que eles tendem a ser insignificantes, pois onde são detectados dão margem à discussão ou não têm alcance pertinente. Cf. William McGuire: "The myth of massive media impact". In: George Comstock (org.): *Public communication and behaviour*. Orlando (FL): Academic Press, 1986, Vol. I. Sonia Livingstone: "On the continuing problem of media effects". In: James Curran e Michael Gurevitch (orgs.): *Communication na society*. 2. ed. Londres: Arnold, 1996.

[26] Cf. GABRIEL COHN: *Sociologia da comunicação*. São Paulo: Pioneira, 1973, p. 151-155. Segundo Adorno, o pioneirismo da análise cultural dos fenômenos de mídia deve ser atribuído a Kracauer (loc. cit.). Cf. Siegfried Kracauer: "The challenge of quantitative content analysis". In: *Public opinion quarterly* v. 16 (631-642) 1952.

As experiências feitas até o momento sugerem que "não é possível extrair nenhuma conexão causal entre, por exemplo, as repercussões isoladas das canções da moda e seus efeitos psicológicos sobre os ouvintes" (*Dissonâncias*, p. 45). O motivo, talvez, não seja apenas um defeito dos métodos empregados, embora esses sejam fonte de formidáveis dificuldades epistemológicas. A crescente reificação da vida moderna pode ter levado à restrição da autonomia do indivíduo e, assim, a uma situação em que, conforme foi explicado, ele não pode ser mais influenciado.

A prática da indústria cultural não tem poder sobre a conduta dos indivíduos: "limita-se apenas a confirmar o que já são sob coação do sistema, a controlar as lacunas, inserindo-se na práxis como *public moral*, ao propor-lhes modelos de imitação" (*Escritos*, p. 348). A ressonância que por ventura encontra é função de sua convergência maior ou menor com as predisposições dos sujeitos sociais, que aquela prática confirma e fortalece numa dada direção hegemônica.

O pesquisador que representa mentalmente o significado social dessa prática e percebe a maneira como ela modela os homens, a despeito de sua opinião sobre a coisa, "possui um bom senso mais seguro do que aquele que procura em vão obter o efeito da totalidade medindo efeitos singulares e controláveis" (*Escritos*, p. 235).

Os fenômenos de mídia podem ser entendidos com categorias rudimentares.

Os resultados das pesquisas empíricas geralmente não requerem os esforços que nelas são despendidos, sendo passíveis de obtenção através emprego da reflexão histórica e sociológica. "A pergunta a respeito de o que a indústria cultural traz aos homens é, certamente, demasiado ingênua porque, segundo tudo indica, realmente não há um efeito específico, conforme o sugere a forma da interrogação". Na era dos monopólios, "a época vazia preenche-se com o vazio, não produz falsa consciência", exceto a que já existe e sobrevive dificilmente (*Estética*, p. 275).

Theodor Adorno sugeriu às vezes, como vimos, que os produtos culturais da indústria não são textos para serem lidos e analisados, constituindo antes sinalizadores de determinadas constelações sociais, que podem ser entendidas exteriormente,

levando em conta apenas a existência de sua produção e consumo. As comunicações meramente expressariam, através da forma mercadoria, as mudanças nas relações de poder e conflitos ideológicos que têm lugar no capitalismo liberal avançado.

No entanto, seus próprios estudos sobre a matéria confirmam que esse expediente não bastava. A crítica é levada para dentro desses produtos, visando a mostrar a maneira como eles articulam essas constelações. As referidas mudanças e conflitos não se refletem neles como se estivessem diante de um espelho, sendo, na verdade, elaboradas por seus esquemas, de acordo com critérios que têm origem na dinâmica interna da indústria cultural.

O verdadeiro problema de pesquisa para o crítico dessa indústria consiste, portanto, em interpretar o sentido histórico dos fenômenos com que se associa e, assim, determinar a maneira como mediatizam o movimento global da sociedade. Em linhas gerais, o pesquisador deveria estabelecer um número de conceitos teóricos, baseando-se em conhecimentos prévios, inclusive os provindos de pesquisas empíricas, para, através deles, refletir sobre a repercussão das comunicações na subjetividade. Em síntese, proceder à crítica da indústria cultural significa analisar suas manifestações e restituí-las ao conjunto formado pela cultura moderna e a civilização capitalista.

A explicação dos fenômenos de massa é uma tarefa em que conta mais a construção de categorias históricas com base na análise da coisa do que os levantamentos acerca das opiniões de diferentes grupos sobre os mesmos, "inclusive quando baseados em sólidas proposições protocolares, tais como as afirmações originais de participantes de uma amostragem" (*Escritos*, p. 293). As mensagens devem ser analisadas levando-se em conta suas pressuposições sociais e, em seguida, interpretadas à luz de suas contradições ideológicas e mecanismos psicossociais. Isto é, em relação aos impulsos instintivos tanto quanto aos controles sociais implicados, às contradições entre indivíduo e sociedade tanto quanto ao sentido que lhes é conferido pela indústria da cultura (*Indústria*, p. 142).

Atualmente, o controle social é mantido por meio da exploração econômica da psicologia de massas, através de processos de sujeição, mas isso não significa que seus expedientes estejam

privados de conflitos e contradição. A subjetividade esquematizada pela indústria cultural, embora se encontre subsumida no fetichismo da mercadoria, por isso mesmo, é mediada pelos antagonismos existentes na sociedade.

A principal tarefa da leitura crítica dos fenômenos a que dá lugar consiste em, primeiro, revelar esse conteúdo latente, procedendo à análise do manifesto, e, em seguida, descobrir as tendências da sociedade nas figuras do texto e ações através das quais os homens se subsumem às práticas da referida indústria. A crítica não deveria ter por objetivo pesquisar ou saber os efeitos desses produtos mas, antes, mostrar que em seu próprio acabamento esses produtos tendem a ser tão antagônicos quanto a sociedade que enseja seu surgimento. O caminho para tanto seria, em suma, o exame da maneira como as diversas camadas de sentido desses produtos e o contexto histórico em que estão inseridos se deixam mediar reciprocamente.

7.3 Limites da crítica à indústria cultural

Para Adorno, constatamos, a crítica à indústria cultural deve ser vista como uma tentativa de transcender a crítica cultural burguesa com os meios da teoria social. As transformações de que tem sido palco nossa cultura têm suscitado um berreiro contra o nivelamento, a superficialidade e a massificação. A crítica à indústria cultural não pode se deixar levar por essa conversa fiada, que ignora suas raízes materiais e, a pretexto de defender a cultura da desumanização, volta-se para trás, mantendo-se no âmbito do conservadorismo.

A preocupação em manter a cultura pura ou em tecer elogios ao espírito às expensas da técnica tem muito mais a ver com a construção de monumentos para os quais ninguém dá bola do que com a idéia de humanidade. A fortuna das massas que custearam ou mesmo ergueram com seu suor e sangue os caracteres da alta cultura e obras de arte do passado certamente foi pior do que a vivida pelos pobres coitados que, não tendo algo melhor para fazer, hoje passam todo o seu tempo livre ouvindo rádio ou assistindo à televisão.

De resto, a cultura, no sentido original, está morta, suplantada que foi pela indústria cultural e, agora, cada vez mais, pela sua essência, a indústria do entretenimento. A falência das práticas formativas, não devemos nos enganar, é, porém, um problema que não se deve imputar à cultura de massa em si mesma, mas à forma como se estruturou nossa sociedade.

> As devastações que se atribuem à época desprovida de estilo e que se criticam no plano estético não são expressão de um espírito do tempo kitsch, mas produtos de um elemento extra-artístico, da falsa racionalidade da indústria governada pelo lucro (*Estética*, p. 232).

O progresso técnico não é o causador dos males de nossa época, nem uma cultura que apenas espera ser enterrada deve servir de fetiche. A barbárie que os críticos culturais imputam ao estádio avançado do espírito, na verdade, tem sua origem na dinâmica histórica da economia de mercado. A cultura em nome da qual eles tanto praguejam sempre se associou, em parte, à dominação, derivando disso o caráter ideológico de seu discurso. Nas jeremíadas e imprecações contra os hábitos das massas costuma vegetar uma atitude cujo principal temor parece ser o advento de uma situação em que essa dinâmica se tornasse supérflua e cuja pretensão pedagógica muitas vezes esconde um desejo de eternização do que agora está estabelecido socialmente.

Entretanto, precisamos observar que esse entendimento não significa conformismo ou resignação perante a realidade social e política. A crítica tampouco pode abster-se de julgar as mudanças ocorridas à luz do processo histórico, emprestando seu apoio às tendências em curso, responsáveis por uma liquidação da idéia de cultura, pois, "nesse caso, ela far-se-ia cúmplice direta da regressão à barbárie" (*Pseudocultura*, p. 265).

Destarte, o caminho consiste em não hipostasiar o conceito de cultura, mas em seguir sua trajetória histórica, confrontando suas manifestações particulares com as pretensões contidas em sua própria idéia, conforme essa se modifica historicamente. A transmutação dos valores modernos promovida pela negociação sistêmica da cultura se presta aos juízos apocalípticos. A perspectiva não é a mais adequada.

Adorno pretende afirmar com isso que a crítica ao fenômeno deveria colocar-se:

> numa situação que nem jurasse a cultura, conservando seus restos, nem acabasse com ela, mas antes estivesse acima da contraposição entre formação e falta de formação, entre cultura e natureza; a postura requer que não apenas se quebre a absolutização da cultura, mas também que não se hipostasie, que não se coagule em uma tese adialética sua interpretação como algo não independente, como mera função da práxis e mero remeter a essa práxis [como sugere o marxismo] (*Pseudocultura*, p. 266).

A crítica à indústria cultural é uma atividade que não se confunde ou reduz à crítica das ideologias, tal como a propôs o marxismo, na medida em que essa não só tende a subestimar o fenômeno, como se tornou antiquada diante da nova situação histórica. O caráter de ideologia das formações simbólicas já não pode ser analisado de um ponto de vista externo, mostrando a maneira como seu conteúdo depende de interesses materiais numa situação determinada.

O desenvolvimento das forças produtivas converteu os valores culturais em produtos de consumo, pelos quais as pessoas estão dispostas a pagar, direta ou indiretamente. O contexto social em que se encontram agora privou esses valores de sentido objetivo. O resultado é que o preenchimento do vácuo da consciência tornou-se mais importante do que o conteúdo ideológico do produto e, por isso, "conceitos vulgares como distração são muito mais adequados do que pretensiosas explicações sobre o fato de que um escritor seja representante da pequena burguesia e o outro da alta burguesia" (*Sociologia*, p. 87).

Os acontecimentos históricos que conduziram à formação da indústria cultural obrigam a uma mudança na maneira de estudar os fenômenos ideológicos, deslocando sua ênfase para o aspecto mercantil e seu significado na subjetividade.

> [Destarte] a crítica tem menos de sair em busca de determinadas situações de interesse às quais deverão adjudicar-se fenômenos culturais do que decifrar da tendência da sociedade como um todo o que aí se manifesta e através do qual se impõem os interesses mais poderosos (*Sociologia*, p. 87).

A transformação da crítica cultural em crítica da indústria cultural que se processa assim significa que o fenômeno representa uma espécie de fisionomia da sociedade e que refletir sobre suas formas de expressão requer, primeiro, estudar os processos históricos que conduziram à mudança de sentido da ideologia.

Depois, é preciso "analisar a que configurações psicológicas querem se referir, para servirem-se delas; que disposições desejam incutir nos homens com suas especulações, que são uma coisa inteiramente distinta do que se apresenta nas declamações oficiais. Existe depois a questão de perguntar por que e como a sociedade moderna produz homens capazes de reagir a estes estímulos, dos quais, inclusive, sentem necessidade" (*Temas*, p. 192).

A perspectiva não significa, porém, que o fenômeno não deva ser confrontado com sua pretensão de verdade. A explicação de sua estrutura e sentido não dispensa a reflexão sobre sua legitimidade. A pesquisa com que está comprometida requer que se entenda seus fenômenos a partir da dialética entre razão e desrazão. A circunstância dos mesmos se encontrarem nessa zona entre a consciência e o corpo, entre a racionalidade e o delírio, obriga a que os expliquemos em termos empíricos e normativos, histórico-sociais e filosófico-culturais.

As mercadorias culturais da indústria mal ou bem se apresentam com a pretensão de serem bom divertimento, quando não conservam, a despeito de tudo, traços de obras de arte (leves ou sérias). O entendimento corrente de que as comunicações são um negócio que dá às massas o que as massas querem é ideologia porque, se por um lado existe essa convergência, também se descobre nela uma pretensão de ir além e ser um bom espetáculo.

Declarou um diretor de cadeia de televisão que, enquanto tal, "não está interessado em cultura, não está interessado em valores pró-sociais": "Tenho apenas um interesse, que é o de saber se as pessoas assistem à programação. [É assim que eu faço] minha definição de bom, essa é a minha [linha de] definição do mau".[27] A consciência cínica revelada desse modo precisa ser meditada com cuidado porque, vendo bem, possui como correlato o esfor-

[27] ARNOLD BECKER apud Todd Gitlin: *Inside prime time*. Nova York: Pantheon, 1983, p. 31.

ço de, a todo preço é certo, confeccionar um bom produto para o consumidor, chegando-se ao ponto de, conforme afirmam muitos produtores, "convidarmos o coletivo a opinar e a ajudar a fazer os programas, transformando-o em telespectador ativo e dele extraindo nossas atrações".[28]

O problema relaciona-se com o estatuto de idéia e ideologia da indústria do entretenimento. As pretensões do fenômeno devem ser avaliadas à luz dos respectivos conceitos. A cultura burguesa não era simples ideologia. O julgamento também vale, contudo, para a indústria da cultura, a despeito da ambigüidade de seus porta-vozes. O conceito de diversão deve ser submetido a um escrutínio, tanto quanto a idéia de cultura: é esse um dos núcleos da crítica à indústria cultural.[29]

O crítico que deseja fazer justiça a essa sua condição precisa tomar a sério a pretensão de leveza ou seriedade que, não obstante distorcida, encontra-se virtualmente presente, ao menos por hipótese, até mesmo nos produtos culturais mais tolos e ordinários.

> Entre as tarefas que hoje se impõem à nossa capacidade de reação, não é por certo a última saber operar com distinções precisas, quando nos movemos no interior do negativo.[30]

A precariedade das fundações dessa atividade, a crítica, por outro lado não deveria ser ignorada: atualmente, ela é tão frágil quanto a lealdade das massas às instituições estabelecidas – seu principal fundamento é apenas o corpo e a subjetividade individual.

---

[28] LUCHETTI, A. "Para fazer um programa ético e popular". In: *Folha de São Paulo*: "TV Folha", 17/10/1999, p. 6. Cf. Iain Ang: *Desperately seeking the audience*. Londres: Routledge, 1995.

[29] Pretendendo ser arautos de uma nova situação espiritual, sem fazer a devida retrospecção do que examinam, revelam-se anacrônicos esses críticos que, embora reflexivos, sucumbem ao encanto das categorias impostas pelo próprio tempo presente. Scott Lash é um exemplo recente disso. Reconhecendo mecanicamente a falência da crítica transcendente, assume o autor a defesa de uma crítica imanentista que, se bem flagra a contradição entre razão e desrazão no capitalismo contemporâneo, passa por alto seu próprio ponto de apoio, aceitando muito além do necessário o jogo de espelhamento com o sistema de poder vigente, via a adoção do conceito de informação (cf. *Critique of Information*. Londres: Sage, 2002).

[30] Carta a Thomas Mann, 13/04/1952. *Il metodo del montaggio*, p. 70.

Durante a maior parte da história, os homens domaram os temores e a dor com a repressão. O progresso das condições materiais de vida e a emancipação do indivíduo evidenciaram a carência de sentido desse expediente. Hoje em dia, a espontaneidade não tem mais como ser sufocada, ainda que sua liberação tenda a ser ilusória.

> A sociedade administrada tem uma tendência no sentido de estrangular toda espontaneidade ou, pelo menos, canalizá-la no sentido da pseudo-atividade. Entretanto, isso não é obtido totalmente sem dificuldade, como os agentes desse mundo gostariam de imaginar (*Indústria*, p. 174).

As presentes condições históricas continuam sendo um fator de mal-estar que, se por um lado predispõe as pessoas a se distraírem, por outro lado enseja sensações de revolta que, sob certas situações, podem tomar um caminho produtivo, da qual a crítica à indústria cultural pretende ser expressão. A verdade é que "o potencial de algo melhor se deixa reconhecer até mesmo nos limites da manipulação".[31]

Atualmente, a cultura se encontra liquidada: a barbárie foi suprimida às custas de sua sublimação. Os conteúdos utópicos daquela, quando se fazem presentes, tendem a reinscrever os sujeitos sociais nas estruturas vigentes. O pensamento crítico é um produto dessa situação aporética, através da qual a reflexão histórica procura manter viva dentro de si a idéia de cultura sob a forma negativa de crítica da indústria cultural, isto é: enquanto "auto-reflexão crítica sobre a pseudocultura, na qual a cultura como tal se converteu necessariamente" (*Pseudocultura*, p. 267).[32]

---

[31] ADORNO, T. "Pesquisa de opinião e esfera pública". In: Christian Kieling (org.): *Theodor Adorno – elementos para a crítica da idéia de opinião pública*, p. 63.

[32] A perspectiva de análise em foco se suplementa de uma política cultural cujas bases se acham esboçadas em "Cultura e Administração" (cf. *Indústria*, p. 93-113).

Conclusão

A crítica da indústria cultural se encontra hoje virtualmente encerrada em suas possibilidades de julgamento histórico, e a sua situação não é melhor do que a existente na época de seu surgimento. A civilização moderna completou um ciclo, situando-se numa nova plataforma. A suposição de que os homens se tornariam melhores e mais felizes, se pudessem viver sem os regimentos mercantis, tornou-se ainda mais utópica.

Atualmente, não se pode vislumbrar nenhuma forma superior de sociedade. À colonização pelo valor de troca já quase não escapa nenhum momento da vida cultural: os entretenimentos tecnológicos se impuseram por toda a parte enquanto a arte séria, confinada em um gueto, prossegue seu declínio, inscrito em seu próprio programa, cada vez mais distante da população.

Na verdade, a crítica ao processo através do qual a experiência vem sendo empacotada e vendida como bem de consumo está em parte envelhecida. As fantasias sintéticas buscam cada vez mais simular a ação que falta, em vez de preencher sua ausência com representações.

Parece-nos correta a percepção de Eugênio Trivinho, comunicada verbalmente, de que a expressão indústria cultural, ainda que não o processo por ela indicado, tende a se tornar obsoleta, a partir do momento em que o processo histórico se encarrega de relegar para um plano secundário as atividades industriais. Deriva disso, mas não apenas, a necessidade de, ao empregá-la, pensar-se sempre que, por seu intermédio, referimo-nos antes de mais nada a uma prática social, através da qual a cultura, reificada, converte-se em mercadoria e, essa, em matriz do modo de vida e princípio de existência da coletividade.

A teoria crítica já sugeriu, porém, que essa observação também atinge o adjetivo *cultural.*

"Benjamin e Adorno viram os começos da era da televisão; nós entramos na nova era do entretenimento interativo".[1] A "cultura" disponível pelas massas (a pseudocultura) mostra-se a cada dia mais profana e já quase não abriga os resíduos dos chamados valores superiores. As mercadorias funcionais, serviços coletivos e agências do capital converteram-se elas mesmas em matriz espiritual, deixando um espaço menor até mesmo para os sucedâneos industriais das velhas formas estéticas, artísticas e literárias. Declina socialmente a referência às atividades industriais mas, também, a substância do que foi concebido na era burguesa como o âmbito da cultura, em que pese o deprimente palavrório a seu respeito que repete a nova intelectualidade.

Disneyworld, Nintendo, McDonalds, Virgin Megastores, Hard Rock Café, Nasa, as Copas do Mundo, a Fórmula 1 e outras empresas do gênero, para não falar da publicidade, praticam a "indústria cultural" de modo que deixa pouco ou nenhum lugar para a velha idéia de obra, presente até mesmo nos piores filmes, best-sellers e canções de sucesso. Isso, aliás, leva muitos a acreditar que, no futuro, consolidada a era dos jogos com realidade virtual, restará apenas o consumo de lazer mercantil. A tecnologia maquinística cada vez mais tomará para si nossa capacidade de expressão, e pode ser que, para a maior parte das pessoas, a formação da consciência sensível se reduza aos esquemas originados dos parques de diversão, como já ocorre em parte atualmente.

No passado, os parques de diversões e espetáculos de feira puderam servir de sanatórios auxiliares para as massas urbanas. As tecnologias atuais tornaram seus vários sucedâneos uma forma de vivência imperativa para todos aqueles que desejam lembrar que possuem uma vida e, de algum modo, querem manter

---

[1] STALLABRASS, J. *Gargantua: manufactured mass culture*, p. 85. Cf. Fredric Jameson: *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. Durham (NC): Duke Univ. Press, 1991. A transformação por que passa a indústria da consciência, em virtude da descoberta de novas tecnologias, tem ensejado muita especulação. Cf. David Bell e Barbara Kennedy (orgs.): *The cybercultures reader*. Londres: Routledge, 2000. Francisco Rüdiger: *Introdução às teorias da cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

viva sua espontaneidade no âmbito da sociedade administrada. Tornou-se ato desesperado, ainda que não menos relevante moralmente, a proposta de levar as pessoas a refletir sobre suas próprias atitudes e opiniões, usualmente tomadas sem análise, mas sem fornecer soluções teóricas para o que só pode encontrar saída, se é que essa existe, pela práxis coletiva e sem cair na atitude indulgente para com o que os costumes têm de mais primário e regressivo.[2]

A confiança na conduta espontânea e nos impulsos utópicos dos seres humanos não parece mais capaz de justificar a reflexão crítica, reduzida à condição de esforço moral de pequenas minorias. Através dessa reflexão, expressa-se hoje menos a perda de seu eventual mando cultural – como se comprazem em dizer os porta-vozes das atuais elites niveladoras, do que a resistência e inconformismo de sua subjetividade ao avanço da barbárie tecnológica. O sistema da indústria cultural é pois, por isso tudo, cada vez mais o que seus primeiros pensadores tinham visto como sendo seu sentido essencial: a exploração mercantil organizada do lazer, do entretenimento e da experiência.

A transformação da cultura em mercadoria não só a colocou sob a dependência dos conceitos de consumo, informação e lazer mas, devido às suas próprias mídias, levou à desintegração da idéia de formação e à maquinização da subjetividade. Atualmente, as relações sociais que as pessoas travam através do capital estão virando, como imagem, no principal motivo da indústria cultural em que se tornou o conjunto da produção de mercadorias. Aparentemente, o capitalismo não sofre mais dos problemas de legitimação: o problema agora é como não ficar de fora do sistema, inclusive para a intelectualidade.

> O objetivamente procurado e desejado não só pela criação cultural mas, em última instância, pela sociedade se encontra agora em um isolamento totalmente isento de esperança (*Dissonâncias*, 190).

As fronteiras entre essa produção e a vida das massas continuam se apagando, embora nenhuma mudança profunda tenha havido na segunda, e entre os espetáculos estéticos de

[2] Embora a nosso juízo equivocada, ampla reflexão sobre o assunto pode ser conferida, como dito, em Scott Lash: *Critique of information*. Oxford: Polity, 2002.

havido na segunda, e entre os espetáculos estéticos de primeira grandeza que os homens se dão, além do consumo de todo o tipo de quinquilharia, contam-se cada vez mais os exercícios oferecidos pelos divertimentos eletrônicos e os processos de sua própria conversão, calculada nos mínimos detalhes, em coletivos abstratos, conforme se pode ver, por exemplo, durante as cerimônias olímpicas e os funerais das celebridades (Elvis Presley, Ayrton Senna, Princesa Diana).

"Theodor Adorno soube calibrar como ninguém a modernidade cultural em todas as suas ambigüidades"[3] e, por isso, concordaria com os críticos esclarecidos que, passando por alto sobre os textos que escreveu a respeito do assunto, lhe opõem a idéia de que, embora ainda mais adversa à mudança, essa situação carrega em si a possibilidade de uma regressão cultural ainda mais profunda tanto quanto de novas formas de liberdade.

Conforme observa Douglas Kellner, o capitalismo atual é ambíguo, porque representa ao mesmo tempo progresso e dominação:

> [O capitalismo contemporâneo] é uma forma de progresso, porque produz novas tecnologias e modos de informação que produzem impacto benéfico na vida humana. Porém, também é um sistema de dominação, na medida em que posterga muitas de suas potencialidades, empregando-as primeiramente como elemento de imposição continuada de mercantilização e de trabalho assalariado, o que exacerba as desigualdades de classe, ao mesmo tempo que intensifica a miséria e o sofrimento de milhões de pessoas por todo o mundo.[4]

Adorno não contestaria a proposição, mas observaria que o caráter crítico de sua análise não provém desse reconhecimento: a crítica às indústrias da cultura e do lazer, em particular, não é uma forma de historicismo transcendental. Certamente há momentos utópicos e de liberação da espontaneidade nas manifestações da cultura de massas atual. A reflexão crítica, todavia, abastardar-se-ia se se contentasse em atestar esse fato, porque, via de regra, o sentido histórico concreto desses momentos é regressivo. O significado deles permanece, em geral, imanente e submisso à

[3] WELLMER, A. *Sobre la dialéctica de modernidad y postmodernidad*, p. 13.
[4] KELLNER, D. *Critical theory, Marxism and Modernity*, p. 182.

ordem vigente, quando esses momentos não são pura e simplesmente explorados com finalidades políticas e econômicas pelos poderes organizados.

A crítica à indústria cultural sabe-se hoje uma atividade cada vez mais sem sujeito e escoras, praticada com consciência de que "fazer uma apologia da cultura realmente não valeria mais do que aquela da barbárie" (*Música*, p. 39). Como antes, ela continua sem poder fazer nenhuma promessa. A experiência histórica ensinou à teoria que a fidelidade ao espírito da utopia só se mantém tratando-a de maneira negativa.

Destarte, a crítica não tem como dizer se, na hipótese de uma supressão das relações mercantis, o progresso técnico deixaria de se acompanhar de regressão espiritual ou, mesmo, se continuaria a haver qualquer progresso. Os homens teriam novas chances de buscar a vida justa mas, também, poderia ocorrer uma estagnação geral do esclarecimento. O futuro só pode ser definido pela capacidade de ação e criação da sociedade – é isso que ensina a Escola de Frankfurt.

A resistência que se expressa na atitude crítica, todavia, não pode furtar-se ao exame da maneira como, hoje em dia, os sucedâneos da cultura burguesa convergem com a barbárie, sob abrigo do espírito pós-modernista. A aceitação de que, em última instância, as fontes do mal-estar na cultura escapam à própria cultura, tem a ver como o modo de ser do homem, não deveria servir de pretexto para apoiar uma exploração econômica e política que não só reforça mas legitima esteticamente suas atuais formas de manifestação.

Atualmente, assiste-se entre os indivíduos intelectualizados a um entusiasmo com o pluralismo cultural que é, no mínimo, cínico, porque a euforia com que pessoas sabidamente lúcidas e cultas se expressam sobre a cultura de massa esconde uma má consciência. Na verdade, essas pessoas sabem que a maioria dos fenômenos com que consentem está aquém de suas próprias exigências intelectuais e não condiz com sua subjetividade.

Os fenômenos de pseudocultura são uma cicatriz que a sociedade tem de carregar por não ter resolvido suas contradições mais profundas e perturbadoras. A alternativa, precisa ficar claro, não é validar a situação. A recomendação pedagógica ou doutri-

nária do videogame em vez de um bom livro ou do *rock and roll* em vez da música erudita, como o inverso, não é um meio de desmanchar a mentira afirmativa da cultura mas, sim, "um pretexto à barbárie e aos interesses comerciais da indústria cultural" (*Estética*, p. 351).

Afirmações correntes que pretendem passar por conclusões de pesquisas bem informadas, como as de que o consumo permite às pessoas expressarem seu eu de forma autônoma, a pornografia tem um sentido pedagógico e, pela Internet recriamos as condições para viver a vida em comum não diferem, em síntese, daquelas que costuma lançar mão a publicidade. Porém isso não é o mais grave. O raciocínio subjacente deixa de lado o fato de que essas práticas não só colaboram na manutenção do regime de poder vigente quanto são, por ele, requeridas, exploradas e justificadas. O significado emancipatório que elas eventualmente têm sobre a ação é determinado pela forma mercadoria.

A cultura de massa não precisa de mais legitimação: ela já dispõe de meios e advogados em número mais do que suficiente. A suposição de que a técnica por si só resulta em maior formação, porque coloca os bens culturais ao alcance de todos, é tão falaciosa quanto a de que a televisão, por exemplo, não passa de bom divertimento. A cultura em defesa da qual ainda se erguem algumas vozes não mais existe, e os lazeres industriais estão totalmente colonizados pelo espírito dos negócios, como não fazem questão de esconder seus exploradores.

Os progressos da indústria da consciência, por outro lado, convém notar, não afetaram os fundamentos de sua prática, nem significam que se completou a reificação da sociedade. Os fragmentos em que se desintegra a cultura são cada vez mais marcados pelo movimento identitário da forma mercadoria. Já as comunicações não passaram a ser o momento decisivo ou exclusivo do processo de promoção do conformismo com o sistema e regressão da consciência. A consciência cínica e as tendências à regressão continuam tendo raízes profundas, que penetram na própria estrutura da sociedade e são engendradas por essa última, antes mesmo de a indústria cultural lhe dar estímulo e legitimidade.

Em última instância, a acumulação de capital, e não as comunicações, é que estrutura as relações sociais e põe os homens em movimento. O verdadeiro problema não reside na mídia, mas na forma como se ordena a vida coletiva. A crise por que passa a cultura é uma expressão menor dos antagonismos cada vez mais profundos que dilaceram, antes, a própria vida humana em sociedade. Os fenômenos de cultura de massa, por mais baixos que sejam, pertencem à esfera social do luxo, isto é, uma esfera em que as carências vitais e os próprios problemas centrais do homem moderno não estão envolvidos de maneira imediata.

As esperanças que os pobres de espírito investem nas tecnologias de comunicação, e a pequena-burguesia numa cultura há muito tempo defunta, só podem ser postas, verazmente, numa mudança da sociedade. A capacidade de recepção ativa, espontaneidade criativa e reflexão intelectual são valores importantes sempre que não são cobrados ou esperados de todo o mundo, porque a passividade, distração e alienação, sempre que assumidas livre e conscientemente, não o são menos: igualmente representam provas de humanidade.

O futuro digno do nome, utopicamente, seria aquele em que os homens criassem as condições para todos serem como quisessem, sem imporem qualquer coação, dever ou mal-estar a seus semelhantes. A formação integral do ser humano é uma idéia que só pode ser salva se completarmos sua dessacralização, posta em marcha de maneira perversa pela indústria cultural. A postulação de que as massas precisam de uma educação e cultura das quais estão alienadas, porque esses bens fariam parte dos direitos do homem, baseia-se num mal-entendido.

A literatura, as artes e as ciências não são em si mesmas bens mais especiais do que quaisquer outros pelos quais o homem possa e deseje viver em coletividade: são múltiplos os modos de se ser feliz e de se encontrar realização individual. Aqueles que nelas encontrassem sua vocação por certo não as reivindicariam como práticas especiais ou de maior valor do que, por exemplo, cozinhar, pescar, amar, dormir, praticar esportes ou cuidar de pessoas necessitadas, uma vez vivendo numa sociedade livre e emancipada.

Destarte, a crítica à indústria cultural precisa manter-se atenta para não empolgar ainda mais o mito da cultura, desviando nossa atenção de assuntos de muito maior importância histórica, social e individual, ao denunciar a caída dos valores no entretenimento. "A possibilidade da redenção da formação pela educação", como por qualquer outro expediente, vista num contexto que a nega por princípio, pode convergir para "a postura de autocrítica que busca reapropriar-se do não-idêntico imanente ao próprio idêntico [da cultura]", mas também, equivocadamente, para a preservação das ideologias de salvação pela educação ou qualquer outra instituição cultural ou política.[5]

Theodor Adorno propôs uma forma de estudos culturais em que os processos de sujeição precisam ser entendidos no contexto histórico dentro do qual eles têm lugar e, de fato, adquirem sentido. Os conglomerados multimídia e as comunicações midiadas não produzem efeitos sozinhos e, estes, resultam em primeiro lugar "da tendência econômica geral fundadora da sociedade contemporânea, que não pretende em suas formas de consciência superar o status quo, mas trata insaciavelmente de reforçá-lo e, onde se vê ameaçada, de tornar a restaurá-lo" (*Intervenções*, p. 64).

Deborah Cook confirma muito bem que Adorno "criticou duramente a visão de que os indivíduos são objetos cegos e sem vontade dentro de um sistema de dominação insuperável no capitalismo tardio",[6] mas isso não deveria servir de consolo narcisista, na medida em que o problema que muitos supõem estar para o pensador na indústria cultural se desloca para onde ele de fato o situava: o plano do problema que é o homem para o próprio homem.

A prática da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou o movimento do capital em seu todo: não é imposta por forças externas, nem uma expressão espontânea da vida em coletividade. Qualquer tentativa de compreendê-la e, talvez, transformar seu modo de ser só é possível procurando-se pelo processo histórico que a criou, pelas circunstâncias materiais, re-

---

5 Cf. ANTÔNIO ZUIN: *Indústria cultural e educação*. Campinas: Autores Associados, 1999, p. 149.

6 COOK, D. *The culture industry revisited*, p. 67.

lações de força e fantasias culturais que a converteram em sistema.

Vendo bem, a sociedade não é pior do que os homens que a formam, e vice-versa, porque não se pode separar totalmente essas categorias. Sendo assim, a manutenção dessa prática precisa ser vista como um fato que, em última instância, baseia-se no consentimento das massas. Indústria cultural é uma figura da servidão voluntária que recriamos no século XX. "A verdade em tudo isso, em síntese, é que o poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida, não da simples oposição a ela": é equivocado supor que as pessoas são meramente violentadas por ela, defendeu com vergonha o pensador (*Dialética*, p. 128).

Conforme escreve em linha convergente e termos similares Wright Mills, o problema político e moral definidor da fortuna dos tempos modernos como forma de vida consiste no fato de que hoje "se tornou evidente que nem todos os homens querem por natureza ser livres; que nem todos os homens estão dispostos ou são capazes, segundo o caso, de esforçarem-se para adquirir a racionalidade exigida para se ter liberdade".[7]

A resistência enfrentada pela perspectiva adorniana provém em boa parte da proposição desse entendimento, radicalmente crítico, que traz à consciência o que as pessoas procuram esquecer e nos chama, ainda que sem esperança, à responsabilidade. O consumo dos bens culturais da indústria e serviços de lazer da economia mercantil como o conhecemos é imposto pelo capitalismo, mas por isso mesmo um fenômeno em que se expressa o sujeito, criador e criatura dessa sociedade.

Diante de Adorno, retrocederá "aquele que não for capaz de se responsabilizar por idéias nas quais ventila por si mesmo um perigo moral para a consciência cotidiana", como ele mesmo disse a propósito das idéias de Benjamin. Nelas, problematizam-se não somente a sociedade, mas os homens que a engendram: considera-se o próprio homem como motivo de crítica. Noutros termos, a crítica à indústria cultural é causadora de mal-estar porque "revela para [os sujeitos dessa indústria] que [em última instância] eles mesmos, assim como sua ideologia, representam o

[7] MILLS, W. *La imaginación sociológica*. México: FCE, 1961, p. 187.

problema [da moderna indústria da propaganda e do mundo administrado]".[8]

Os indivíduos não se vêem impedidos de procurar alternativas ao sistema porque o exercício da indústria cultural os desvia de sua suposta vocação histórica mas, antes, porque as mercadorias que ela põe à sua disposição até certo ponto respondem a seus interesses. "A linha de fuga que hoje predetermina sua vida é ao mesmo tempo a linha da menor resistência."[9] O esclarecimento não pode ser revogado de todo e, por isso, a característica central da consciência moderna não é a alienação nos bens de consumo mas um cinismo bem informado, a que as luzes da razão conduziram em virtude de seu enredamento com o capitalismo. O verdadeiro sujeito da indústria cultural, noutros termos, é o homem que, motivadamente, se auto-aliena, e não o indivíduo narcotizado de maneira insidiosa pelos meios de comunicação (*Música*, p. 244-245).

Horkheimer fez há alguns anos atrás a observação de que o entendimento de que a sociedade se encontra no caminho que vai do liberalismo, caracterizado pela concorrência entre vários empresários, à competição entre entidades coletivas, sociedades anônimas, associações e blocos comerciais e políticos, enfim, ao mundo administrado não enseja necessariamente a resignação, conforme pretendem os críticos hostis à Escola de Frankfurt.

> A significação [política e social] do indivíduo se acha em vias de desaparecer; no entanto esse pode intervir criticamente nesse processo, tanto na teoria quanto na prática, contribuindo, mediante métodos adequados à época, para a formação de entidades coletivas inadequadas para ela e que talvez possam conservar o indivíduo em uma autêntica solidariedade.[10]

Os acontecimentos históricos mais recentes tornaram bastante duvidosa a possibilidade dessa última suposição vir a ocorrer a curto prazo. A concepção segundo a qual se poderia associar uma práxis otimista ao pessimismo teórico foi posta em hiberna-

---

8 ADORNO, T. "Democratic leadership and mass manipulation", p. 280. As catástrofes a que assistimos hoje não livram de responsabilidade a figura do indivíduo, escreve noutro lugar o pensador (*Literatura* II, p. 242).

9 HORKHEIMER, M. *Studi di filosofia della società*, p. 225.

10 HORKHEIMER, M. *Apuntes: 1950-1969*. Caracas: Monte Ávila, 1976, p. 259.

ção. O exercício da reflexão crítica sobre a indústria da consciência todavia ainda pode ser visto como um elemento teórico de resistência e inconformismo, sempre que logremos manter nossa independência em relação à situação dominante, a sensibilidade para perceber o significado e implicações mais profundas dos fatos e a consciência da relatividade de nossa posição, interesses e objetivos.

Aquele que possuir essas faculdades e pretende de algum modo viver ou sobreviver nesse mundo precisa estar preparado para enfrentar o inverno, porque embora possa vir a ser feliz, estará em meio a um deserto estéril, seco e brutal, mal encoberto pela poeira de cores, sons e espasmos levantada pela indústria cultural. Apenas se conservando viva, porém, é que a pretendida encarnação dos valores realmente esclarecidos e progressistas pode esperar, atuando sempre que possível, a eclosão de um novo movimento de solidariedade e luta pela criação de uma forma de vida mais avançada.

Qualquer que seja a escolha a fazer, continua valendo, de todo modo, a idéia de que a eventual criação de coisa melhor nesse domínio pressupõe a recusa consciente em compactuar com o sistema (subtrair-se às redes), a capacidade de se desapegar dos expedientes que a ele nos mantêm presos e a elevação dessa reação ao nível reflexivo. Absolutamente jamais a sustentação de um otimismo barato em relação às práticas dessa indústria, que acrescenta à prostração na idiotia existente hoje a visão ainda mais idiota de que, conduzidos por meio delas, nossos costumes vão bem quando, de fato, vão mal e estão a exigir, antes de mais nada, a adoção de uma postura crítica e a manutenção da capacidade de imaginar alternativas realmente diferentes de existência.

Afinal de contas, "enquanto houver pessoas que pensem, que ponham em questão o sistema social ou seu próprio sistema de vida haverá uma criatividade histórica que ninguém pode traçar de antemão. Nosso vínculo com essa criatividade depende de indivíduos vivos e esses indivíduos existem, ainda que seu número seja hoje muito reduzido e ainda que, de fato, a situação atual não seja nada aprazível".[11]

---

[11] CASTORIADIS, C. *El ascenso de la insignificancia*. Madri: Cátedra, 1998, p. 177. Cf. *Figuras del pensable*. Madri: Cátedra, 1999, p. 176.

Referências

A listagem abaixo objetiva apenas fornecer algumas indicações de livros sobre a matéria, não mencionando todos os documentos usados na montagem do texto: para tanto, recomenda-se ver as notas de rodapé.

ADORNO, Theodor. *The Psychological technique of Martin Thomas Radio Adresses* [1942]. Stanford (CA): Stanford University Press, 2000.

———. *El cine y la musica* [1944]. Madri: Fundamentos, 1976.

———. *Minima Moralia* [1951]. São Paulo: Ática, 1992.

———. *In search of Wagner* [1952]. Londres: Verso, 1991.

———. *Introduzione alla sociologia della musica* [1961]. Turim: Einaudi, 1971.

———. *L'art et les arts* [1967]. Paris: Desclée de Brouwer, 2002.

———. *Teoria estética* [1970]. Lisboa: Martins Fontes, 1982.

———. *Scritti Sociologici* [1972]. Turim: Einaudi, 1976.

———. *Introducción a la sociologia*. Barcelona: Gedisa, 1996.

———. *Sociologia* (Org. de G. Cohn). São Paulo: Ática, 1986.

———. *The Culture industry* (Org. de J. Bernstein). Londres: Routledge, 1991.

———. *The Stars down to earth* (Org. de S. Crook). Londres: Routledge, 1994.

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento* [1944]. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

———. *Temas básicos da sociologia* [1956]. São Paulo: Cultrix, 1978.

———. *Sociológica II* [1962]. Madri: Taurus, 1966.

———. *I Seminari della Scuola di Francoforte*. Milão: Franco Angeli, 1999.

AGGER, Ben. *Cultural studies as critical theory*. Londres: Falmer Press, 1992.

AJELLO, F. *Conoscenza e immaginazione in Theodor Adorno*. Roma: Carocci, 2001.

ÁLVAREZ, Pablo. *Espacios de negación*. Madri: Biblioteca Nueva, 2000.

APOSTOLIDIS, Paul. *Stations of the Cross*. Durham (NC): Duke Univ. Press, 2000.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas*. São Paulo: Brasiliense, 1985/1989. 3 v.

———. *Discursos interrumpidos*. Madri: Taurus, 1973/1975.

———. *The Archades Project*. Cambridge (MA): MIT Press, 2000.

BENHABIB, Seyla. *Critique, Norm and Utopia*. Nova York: Columbia Univ. Press, 1986.

BERGER, Peter. *Teoría de la vanguardia*. Barcelona: Península, 1987.

BERMAN, R. *Modern culture and critical theory*. Madison (WS): The University of Wisconsin Press, 1989.

BÉTHUNE, Christian. *Adorno et le jazz*. Paris: Klincksieck, 2003.

BISKIND, Peter. *Seeing is Believing*. Nova York: Pantheon, 1983.

BLOCH, Ernst. *L'esprit de l'utopie*. Paris: Gallimard, 1977.

———. *Heritage of our time*. Cambridge (MA): MIT Press, 1990.

———. *The Principle of Hope*. Cambridge (MA): MIT Press, 1986.

———. *The Utopian function of art and Literature*. Cambridge (MA): MIT Press, 1988.

BOLAÑO, C. *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec, 2000.

BOLLE, Willy. *Fisiognomia da metrópole moderna*. São Paulo: Edusp, 1994.

BRANTLINGER, Patrick. *Bread and Circus*. Ithaca [NY]: Cornell Univ. Press, 1983.

BRONNER, E. & KELLNER, D. (orgs.). *Critical Theory and Society*. Nova York: Routledge, 1989.

BUCK-MORSS, Susan. *Dialectics of seeing*. Cambridge (MA): MIT Press, 1989.

———. *Orígenes de la dialéctica negativa*. México (DF): Siglo XXI, 1981.

———. *Dreamworlds and catastrophe*. Cambridge (MA): MIT Press, 2000.

BÜRGER, Peter. *Teoria de la vanguardia*. 3. ed. Barcelona: Península, 2000.

CALHOUM, C. (org.). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge (MA): MIT Press, 1993.

CAREY, John. *Os intelectuais e as massas*. São Paulo: Ars Poética, 1993.

CASHMORE, Ellis. *The Black Culture Industry*. Londres: Routledge, 1997.

CASULLO, N. et al. *Itinerarios de la modernidad*. Buenos Aires: Eudeba, 1999.

COHN, Gabriel. *Sociologia da comunicação*. São Paulo: Pioneira, 1973.

COOK, D. *The Culture Industry Revisited*. Lanham (ML): Rowman & Littlefield, 1996.

DEMIROVITCH, A. *Der nonkonformistiche intellektuelle*. Frankfurt: Suhrkampf, 1999.

DUARTE, Rodrigo. *Teoria crítica da indústria cultural*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

DUBIEL, Helmut. *Theory and Politics*. Cambridge (MA): MIT Press, 1985.

EAGLETON, Terry. *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

EISLER, Hanns. *Escritos teóricos*. Havana: Artes y Letras, 1990.

ENTEL, Alicia (org.). *Escuela de Frankfurt*. Buenos Aires: Eudeba, 1999.

ESPINOSA, Lamo. *La Teoria de la cosificación*. Madri: Alianza, 1981.

EWEN, Stuart. *Captains of Consciousness*. Nova York: McGraw-Hill, 1976.

———. *Channels of Desire*. Nova York: McGraw-Hill, 1982.

———. *All Consuming Images*. Nova York: Basic Books, 1988.

FERGUSON, M. & GOLDING, P. (orgs.). *Cultural studies in question*. Londres: Sage, 1997.

FONTENELLE, Isleide. *O nome da marca*. Campinas: Boitempo, 2002.

FOSTER, Hall. *Recodificação*. São Paulo: Casa Editorial, 1996.

FRISBY, David. *Fragments of Modernity*. Cambridge (MA): MIT Press, 1986.

GARNHAM, N. *Emancipation, the media and modernity*. Oxford: Oxford Univ. Press, 2000.

GEUSS, R. *Habermas e a Escola de Frankfurt*. São Paulo: Papirus, 1988.

GEOGEHAN, Vincent. *Ernst Bloch*. Londres: Routledge, 1996.

GILLOCH, Graeme. *Walter Benjamin*. Cambridge (UK): Polity Press, 2002.

GÓMEZ, V. *El pensamiento estético de Theodor Adorno*. Madri: Cátedra, 1998.

HABERMAS, J. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Dom Quixote, 1990.

———. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HARDT, Hanno. *Critical Communication Studies*. New York: Routledge, 1992

HELD, David. *Introduction to critical theory*. Berkeley (CA): UCLA Press, 1980.

HEINLEIN, B. *Massenkultur in der Kritischen Theorie*. Erlangen: Palm & Enk, 1985.

HERF, Jeffrey. *O modernismo reacionário*. São Paulo: Ensaio, 1993.

HESMONDHALGH, David. *The cultural industries*. Londres: Sage, 2002.

HOHENDAHL, Peter. *Prismatic thought*. Lincoln (NE): University of Nebraska Press, 1995.

HONNETH, Axel. *The Critique of Power*. Cambridge (MA): MIT Press, 1992.

HORKHEIMER, Max. *Eclipse da razão*. Rio de Janeiro: Labor, 1976.

———. *Teoría tradicional e teoría crítica*. Barcelona: Paidós, 2000.

HUYSSEN, Andreas. *Memórias do modernismo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

———. *After the Great Divide*. Bloomington (IN): Indiana Univ. Press, 1986.

JAGER, Lorenz. *Adorno: a political biography*. New Haven (CO): Yale Univ. Press, 2004

JAMESON, Fredric. *Late Marxism: Adorno*. Nova York: Verso, 1990.

———. *Postmodernism*. Durham (NC): Duke Univ. Press, 1991

———. *O inconsciente político*. São Paulo: Ática, 1992.

———. *As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1995.

JARVIS, Simon. *Adorno – a critical introduction*. Nova York: Routledge, 1998.

JAY, Martin. *Permanent Exiles*. Nova York: Columbia University Press, 1985.

———. *The Dialectical Imagination*. Berkeley (CA): University of California Press, 1996.

JHALLY, Sut. *Os códigos da publicidade*. Lisboa: Edições Asa, 1995.

KELLNER, Douglas. *Media Culture*. Nova York: Routledge, 1995.

———. *Critical Theory, Marxism and Modernity*. Baltimore: Johns Hopkins Univ. Press, 1989.

KELLNER, D. & RYAN, M. *Camera Politica.* Bloomington (IN): Indiana Univ. Press, 1988.

KIELING, Christian (org.). *Theodor Adorno – elementos para a crítica da idéia de opinião pública.* Porto Alegre: FABICO-UFRGS, 2002 (Monografia de Graduação).

KOCH, Gertrud. *Siegfried Kracauer.* Princeton (NJ): Princeton Univ. Press, 2000

KRACAUER, Siegfried. *Le romam policier* [1925]. Paris: Payot, 1971.

———. *The salaried masses* [1930]. Londres: Verso, 1998.

———. *De Caligari a Hitler* [1947]. Rio de Janeiro: Zahar, 1988.

———. *The Mass Ornament.* Cambridge (MA): Harvard Univ. Press, 1995.

KRAMER, A. & BRIEF, H. *Adorno, critical theory & cultural studies.* Berna: Lang, 2001.

LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo.* Rio de Janeiro: Imago, 1982.

LASH, Scott. *Critique of information.* Londres: Sage, 2002.

LESLIE, Esther. *Walter Benjamin.* Londres: Pluto, 2000.

LOWENTHAL, Leo. *An unmastered past.* Berkeley (CA): UCLA Press, 1987.

———. *Literature and Mass Culture.* New Brunswick (NJ): Transaction, 1984.

———. *Critical Theory and Frankfurt Theorists.* New Brunswick (NJ): Transaction, 1989.

LUKÁCS, Georg. *História e consciência de classe.* Porto: Escorpião, 1974.

LUNN, Eugene. *Marxismo y modernismo.* México (DF): FCE, 1986.

MACHADO, Carlos Eduardo. *Debate sobre o expressionismo.* São Paulo: Unesp, 1998.

MARCONDES FILHO, Ciro. *A linguagem da sedução.* São Paulo: Com-Arte, 1985.

MARCUSE, Herbert. *A Grande recusa hoje.* Petrópolis: Vozes, 1999.

———. *Cultura e sociedade.* São Paulo: Paz e Terra, 1997/98.

———. *A ideologia da sociedade industrial.* Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

———. *Technology, war and fascism.* Londres: Routledge, 1998.

MARSHALL, Leandro. *O jornalismo na era da publicidade.* São Paulo: Summus, 2003.

MATTELART, A.; PIEMME, J.-M. *Les Industries Culturelles.* Paris: Unesco, 1982.

MIÈGE, B. et al. *Capitalisme et industries culturelles.* Grenoble: PUG, 1978.

MODLESKI, T. *Studies in entertainment.* Bloomington (IN): Indiana University Press, 1986.

MÜLLER-DOOHM, Stefan. *Adorno: une biographie.* Paris: Fayard, 2004.

MUÑOZ, Blanca. *Cultura y comunicación.* Barcelona: Barcanova, 1989.

———. *Theodor Adorno: teoria crítica y cultura de masas.* Madri: Fundamentos, 2001.

NAREMORE, J. & BRANTLINGER, P. (orgs.). *Modernity and mass culture.* Bloomington (IN): Indiana University Press, 1991.

NEGT, O. & KLUGE, A. *Public Sphere and Experience.* Minneapolis (MN): The University of Minnesota Press, 1993.

OUATTARA, B. *Adorno: philosophie et éthique.* Paris: L'Harmattan, 1999.

PADDISON, Max. *Adorno, modernism and mass culture.* Londres: Kahn & Averill, 1996.

PENSKY, Max (org.). *The Actuality of Adorno.* Albany (NY): Suny Press, 1997.

PROKOP, Dieter. *Sociologia* (Org. de Ciro M. Filho). São Paulo: Ática, 1986.

———. *Medien-macht und massen-wirkung.* Friburgo: Rombach, 1995.

———. *Mit Adorno gegen Adorno: Negative Dialetik der Kulturindustrie.* Berlim: VSA, 2002.

PUTERMAN, P. *Indústria cultural: agonia de um conceito.* São Paulo: Perspectiva, 1994.

RADWAY, J. *Reading the romance.* Chappel Hill (NC): North Carolina Univ. Press, 1987.

RITZER, George. *Enchanting a desenchanted world.* Thousand Oaks (CA): Sage, 1999.

RIVERO, Wolfgang. *Modernidad e industria cultural.* México: Plaza y Valdez, 1999.

ROBLIN, R. (org.). *The Aesthetics of the critical theorists.* Lewinston (NY): Edwin Mellen, 1990.

ROUANET, Sérgio Paulo. *Édipo e o anjo.* Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro 1981.

———. *Teoria crítica e psicanálise.* Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983.

RÜDIGER, Francisco. *Introdução à teoria da comunicação.* 2. ed. São Paulo: Edicon, 2003.

———. *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

———. "Comunicação e Indústria cultural: a fortuna da teoria crítica nos estudos de mídia brasileiros. In: *Revista Brasileira de Comunicação* [São Paulo], v. 22, n. 2, p. 13-25, 1998.

———. "Individualismo e cultura de massa segundo a Escola de Frankfurt. In: *Fragmentos de cultura* [Goiânia], n. 8, p. 583-596, 1998.

———. *Você S.A.*, ou *Eu, Cia. Ltda*: mídia, globalismo e modos de subjetivação. In: *Anais do 9º Encontro da Compós*. Porto Alegre: Compós, 2000.

———. *A Trama:* fantasmagoria da desintegração do jornalismo no espetáculo estético mercantilizado". In: Christa Berger (org.). *Jornalismo no Cinema*. Porto Alegre: Editora da Ufrgs, 2002.

———. Antinomias do zoológico humano: sociabilidade selvagem, reality shows e regressão da consciência. In: *Galáxia* [São Paulo], n. 8, 2004.

RUE DESCATES. *Actualités d'Adorno*. Paris: PUF, 1999. v. 23.

RYAN, Bill. *Making Capital From Culture*. Nova York: Walter de Gruyter, 1991.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. *Adorno*. São Paulo: Publifolha, 2003.

SHARMA, B. *Music and culture in the age of mechanical reprodution*. Berna: Lang, 2000.

SIMMEL, Georg. *Philosophy of money*. Londres: Routledge, 1990.

———. *Philosophie de la modernité*. Paris: Payot, 1992. 2 v.

SLOTERDIJK, Peter. *Crítica de la razón cinica*. Madri: Taurus, 1986.

SMART, Barry (org.) *Resisting Mcdonaldization*. Londres: Sage, 1999.

SOARES, Jorge. *Marcuse, uma trajetória*. Londrina: Universidade de Londrina, 1999.

SPENGLER, Oswald. *O homem e a técnica*. Porto Alegre: Globo, 1942.

STALLABRASS, J. *Gargantua: manufactured mass culture*. Londres: Verso, 1996.

STEINERT, Heinz. *The culture industry*. Cambridge (UK): Polity Press, 2003.

SUBIRATS, Eduardo. *A cultura como espetáculo*. São Paulo: Nobel, 1989.

———. *Da vanguarda ao pós-moderno*. São Paulo: Nobel, 1986.

SWINGEWOOD, A. *O mito da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Interciência, 1978.

THOMPSON, J.B. *Ideologia e cultura moderna*. Petrópolis: Vozes, 1995.

TRIVINHO, Eugênio. *Contra a câmera escondida.* São Paulo: Ed. do Autor, 1998.

VAN REIJEN, Willem. *Adorno, an introduction.* Philadelphia: Pennbridge, 1992.

WALKER, J. *Art in the age of mass media.* Londres: Pluto, 2001.

WATT, Ian. *A ascensão do romance.* São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

WELLMER, A. *Sobre la dialectica de modernidad y postmodernidad.* Madri: Visor, 1992.

WIGGERSHAUS, Rolf. *The Frankfurt School.* Cambridge (MA): MIT Press, 1995.

WITKIN, Robert. *Adorno on popular culture.* Londres: Routledge, 2003.

ZUIDERVAART, L. *Adorno's Aesthetic Theory.* Cambridge (MA): MIT Press, 1991.

ZUIN, Antônio. *Indústria cultural e educação.* Campinas: Autores Associados, 1999.

Correspondência

Theodor Adorno e Walter Benjamin (1928-1940). Madri: Trotta, 1998.

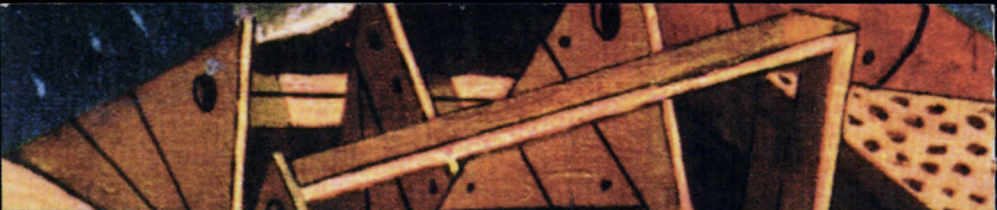
Theodor Adorno e Alfred Sohn-Rethel (1936-1969). Roma: Manifesto, 2000.

Theodor Adorno e Thomas Mann (1943-1955). Milão: Archinto, 2003.

Theodor Adorno e Alban Berg (1927-1944). Paris: Gallimard, 2003.

A produção estética integra-se à produção mercantil em geral. Em torno desse núcleo gravitam questões cruciais ao discernimento dos rumos da atual etapa civilizatória : a possibilidade de contradições na produção cultural, cujas estruturas aparentemente são inabaláveis em sua capacidade de efetivar a integração social; a emergência de uma pseudocultura, em que estímulos estéticos e informações tomam o lugar da idéia de formação, e a cultura confunde-se com divertimento; a industrialização da subjetividade e a possibilidade do uso democrático dos meios de comunicação, dada a evolução das forças produtivas; o declínio da noção de ideologia e o aparecimento de uma nova esfera pública, articulada pela mercadoria; e, enfim, a hipótese de que, em certa medida, surgiu agora uma espécie de obediência voluntária a essa esfera.

O autor reconhece que a crítica à indústria cultural se encontra atualmente em situação tão ou mais difícil que à época de seu aparecimento, a ponto de a exigência de reflexão crítica ter se tornado ato desesperado e em que pese os momentos utópicos e emancipatórios contidos *in nuce* na cultura de massa. Conclusão pessimista ? A leitura, altamente proveitosa, deste texto sugere interpretação alternativa. Adorno afirmou que a integração sistêmica não significa necessariamente integração ideológica mas então, se é assim, brechas são possíveis e, talvez, nem tudo esteja perdido.

Carlos Roberto Winckler

THEODOR ADORNO E A CRÍTICA À INDÚSTRIA CULTURAL

comunicação e teoria crítica da sociedade

Procedendo a uma reconstrução da crítica à indústria cultural concebida por Adorno, a presente obra tenta mostrar que o sujeito dessa indústria não é o indivíduo narcotizado de maneira insidiosa pelas empresas de produção da consciência e controle da opinião mas, antes, o homem que, motivadamente, abre mão de sua autonomia.

O esclarecimento que essas empresas, malgrado tudo, ajudam a difundir não pode ser revogado de todo e, por isso, o principal aspecto da consciência atual não é a alienação e, sim, um cinismo bem informado, a que as luzes da razão conduziram, em virtude de seu enredamento com o poder econômico. A prática da indústria cultural via de regra não tem o poder que lhe apregoam, e as massas só a aceitam porque mal ou bem ela responde a alguns de seus interesses na presente época histórica: em síntese, seria isso que nos ensina a Escola de Frankfurt.

Francisco Rüdiger
Doutor em ciências sociais (USP),
é professor da PUCRS e da Universidade Federal
do Rio Grande do Sul. Também é autor, entre outros, de
Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação (2002)
Elementos para a Crítica da Cibercultura (2002),
e *Introdução às Teorias da Cibercultura*(2003)

Ilustração da capa:
De Chirico, *Máscaras*,
1915.

EDIPUCRS
Afiliada à ABEU

EDITORA AFILIADA

ISBN 85-7430-480-8